РУССКИЙ ЮВЕЛИР

ноябрь | 2010 (8)

Златарница

ISSN 1810-7311

Время перемен | Диалог объема и пространства |

НОВОЕ – ЭТО ХОРОШО ПРОТЕРТОЕ СТАРОЕ

DA
DANIALIS

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ СРЕДСТВО ДЛЯ ЧИСТКИ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ В ДОМАШНИХ УСЛОВИЯХ

Салфетка для чистки изделий из золота.
Одной салфеткой можно почистить до 20 изделий!
Хорошо чистит изделия с твердыми камнями: бриллиант, рубин, сапфир, аметист и пр.
С осторожностью использовать для изделий с мягкими камнями. Раствор абсорбирует на себя грязь в тяжелодоступных местах.
Можно работать без перчаток.
Стоимость 1 шт. — 17 руб.
Минимальная партия 100 шт.

Салфетка для чистки ювелирных изделий «Универсальная».
Одной салфеткой можно почистить до 20 изделий!
Предназначена для чистки не очень грязных изделий из золота и серебра.
Можно работать без перчаток.
Стоимость 1 шт. — 17 руб.
Минимальная партия 100 шт.

Салфетка для чистки изделий из серебра.
Одной салфеткой можно почистить до 20 изделий!
Хорошо чистит изделия с твердыми камнями.
С осторожностью использовать для изделий с мягкими камнями и чернением.
Можно работать без перчаток.
Стоимость 1 шт. — 17 руб.
Минимальная партия 100 шт.

Средство по уходу за жемчугом и деликатными камнями.
Подходит для чистки бирюзы, лазурита, малахита, коралла, янтаря и изделий с искусственным чернением.
Можно работать без перчаток.
Минимальная партия — 20 шт. (2 коробки).
Стоимость 1 флакона — 120 руб.

Средство для чистки ювелирных изделий из золота/серебра.
Не содержит аммиак, можно работать без перчаток.
Минимальная партия — 20 шт. (2 коробки).
Стоимость 1 флакона — 100 руб.

На территории РФ торговая марка зарегистрирована — ООО «РА«Русский Ювелир». Продукция имеет все необходимые сертификаты, предусмотренные законом РФ. Поставка продукции производится со склада в Санкт-Петербурге и Москве.
По вопросам оптовых поставок: ООО «РА «Русский Ювелир» (ТМ «Danialis»), 199034, Санкт-Петербург, В.О., 16-я линия, д. 7
т./ф.: +7 (812) 327-75-65/66, +7 (812) 328-05-51/61, www.danialis.ru, e-mail: info@danialis.ru, suv@russianjeweller.ru

ДИЛЕРЫ

Москва: ООО «КЛИО», 119991, Москва, Ленинский пр., д. 6, тел./факс: +7 (495) 237-39-96, 237-48-42, 237-67- 66
Санкт-Петербург: ООО «ПРОМЫШЛЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ», ул. Цветочная, д. 25, офис 508, тел./ факс: +7 (812) 718-76-02, 336-39-48

реклама

ОБЛОЖКА

Санкт-Петербург,
ул. Жукова, д. 18
тел. раб. +7 (812) 740-7454
тел. моб. +7 (812) 934-8746
www.zlatarnica.ru

На обложке:
Пасхальное яйцо.
Серебро 925°, позолота,
резьба по кости, агат,
николаевская яшма, рубины,
гранат. 20х30 см

На 13 странице
читайте статью о Православной
художественно-ювелирной мастерской
«Златарница»

НОВОСТИ

6 Дневник ноября

СОБЫТИЯ

8 Уникальные торги

18 Буду рад вас видеть в Коктебеле

ПРЕДСТАВЛЯЕМ

13 Сегодня — достойная вещь, завтра — реликвия

16 Тропой милосердия

54 Взгляд в будущее

ОСОБОЕ МНЕНИЕ

20 Время перемен

20 О главном

22 Всё в наших руках

23 Конкуренция растет

24 Риски ювелирного рынка

РУССКИЙ ЮВЕЛИР

РЕДАКЦИЯ

главный редактор Владимир Пилюшин
1-й заместитель главного редактора
Светлана Пилюшина — sveta@russianjeweller.ru
редактор
Татьяна Самойлова — ts@russianjeweller.ru
эксперт-геммолог
Михаил Чижов
дизайн и верстка
Екатерина Калинина
фото
Мария Баткова
рисунки
Екатерина Калинина
корректор
Людмила Лебедева

ОТДЕЛ РЕКЛАМЫ

рекламный отдел
Мария Стандецкая — advert@russianjeweller.ru

ОТДЕЛ РАСПРОСТРАНЕНИЯ
info@russianjeweller.ru

МОСКОВСКОЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО

директор
Виталий Пилюшин
тел.: +7 (903) 599-59-97, +7 (921) 432-90-53
e-mail: moscow@russianjeweller.ru

АДРЕС РЕДАКЦИИ
199034, Санкт-Петербург, В. О., 16 линия, д. 7, оф. 59.
Тел./факс (812) 327-75-65/66
www.russianjeweller.ru
e-mail: info@russianjeweller.ru

Для почтовой корреспонденции:
199034, Санкт-Петербург, а/я 8,
ООО «РА «Русский Ювелир»

УЧРЕДИТЕЛЬ ООО «РА «Русский Ювелир»

ИЗДАТЕЛЬ ООО «РА «Русский Ювелир»

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ
Александр Горыня
Валерий Крылов
Михаил Пиотровский
Александр Рыбаков
Татьяна Фаберже

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ
Марина Лопато
Владимир Матвеев
Валентин Скурлов

БУХГАЛТЕРСКАЯ ПОДДЕРЖКА
«Центр учета и аудита»

ЖУРНАЛ «РУССКИЙ ЮВЕЛИР», № 8, 2010 год

ТИРАЖ 5000 экз.

СВИДЕТЕЛЬСТВО О РЕГИСТРАЦИИ средства массовой информации ПИ № ФС77-35990. Выдано 22 апреля 2009 года Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи и информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)

ПЕЧАТЬ Типография «Премиум Пресс», Санкт-Петербург

«РУССКИЙ ЮВЕЛИР» © — зарегистрированная торговая марка

Редакция не несет ответственности за содержание рекламных объявлений. Полное или частичное воспроизведение материалов, опубликованных в журнале, допускается только с письменного разрешения редакции со ссылкой на «Русский Ювелир». Все рекламируемые товары и услуги имеют необходимые сертификаты и лицензии. Рукописи не рецензируются и не возвращаются. Свободная цена

Журнал «Русский Ювелир» — официальный информационный партнер Гильдии ювелиров России

ЮВЕЛИРУ НА ЗАМЕТКУ

26 Искусство розничных продаж ювелирных украшений

32 Преимущества кластерной бизнес-модели

стр. 48 *Диалог объема и пространства*

ВЫСТАВКИ

36 Запад или Восток?

42 «Петербургский Ювелир» — интрига есть всегда

64 Душа Севера

ИНТЕРВЬЮ

46 Ювелирное искусство как высшая форма ювелирного дела

КОНКУРСЫ

48 Диалог объема и пространства

ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

58 Орфей на подоконнике

НАШИ ПОЗДРАВЛЕНИЯ!

67 С днем рождения!

стр. 54 *Взгляд в будущее*

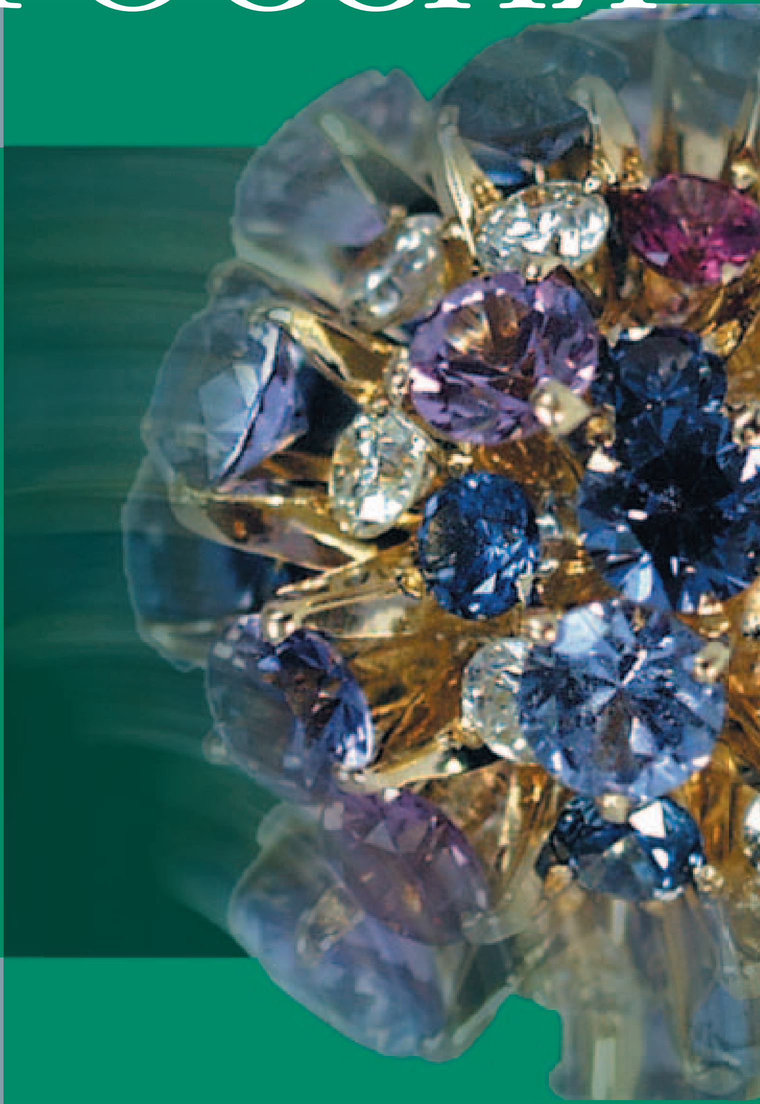
РЕСТЭК JUNWEX

Клуб «РОССИЙСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ТОРГОВЛЯ»

РосЮвелирЭксперт

ЕДИНАЯ ВЫСТАВОЧНАЯ ПРОГРАММА
ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ

Тел./факс: (812) 320-80-99, 303-98-60;
E-mail: junwex@restec.ru; Internet: www.rjexpert.ru



2–6 февраля 2011

XIX Международный форум ювелирной индустрии

JUNWEX
ПЕТЕРБУРГ

Ленэкспо
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

25–29 мая 2011

Х Международная выставка ювелирных и часовых брендов

НОВЫЙ NEW
РУССКИЙ RUSSIAN
СТИЛЬ STYLE

ВВЦ, павильон № 75
МОСКВА

17–21 сентября 2011

VII Оптовая ювелирная биржа

JUNWEX
МОСКВА

ВВЦ, павильоны № 75, 69
МОСКВА

реклама

НАГРАДЫ — ДОСТОЙНЫМ!

21 октября 2010 года в Министерстве культуры Украины состоялось награждение Почетным знаком «Орден Михаила Перхина». За выдающийся вклад в развитие ювелирного искусства кавалерами ордена названы известные ювелиры Украины: генеральный директор завода «Агат» А. Н. Рак, Заслуженный художник Украины С. Ф. Вольский, а также А. Ф. Игнащенко, С. Л. Зеленков, В. А. Баглей, А. Б. Фельдман, В. В. Индутный, И. А. Серая, С. Г. Медведев, С. Соколов, Ю. В. Калинник. Награды вручал ученый секретарь и геральдмейстер Мемориального фонда Фаберже В. В. Скурлов.

В тот же день в музее декоративно-прикладного и народного искусства Украины в Киево-Печерской лавре состоялось награждение украинского ювелира, которого часто называют «Галицким Фаберже», Александра Васильевича Мирошникова.

НОВОСТИ ШКОЛЫ ЮВЕЛИРНОГО МАСТЕРСТВА

На протяжении многих лет в Школу ювелирного мастерства приходили, чтобы освоить какую-то конкретную специальность, в основном «ювелир-монтировщик» или «ювелир-закрепщик». В последние несколько лет мы наблюдаем повышенный интерес к профессии «ювелир» в целом. Учащиеся хотят охватить как можно больше, чтобы иметь большее представление о профессии и попробовать себя в разных направлениях. Поэтому мы, со своей стороны, расширяем спектр предоставляемых услуг и продумываем новые формы занятий. В новом учебном году для студентов Школы открыты новые курсы и семинары.

В сентябре проводились занятия по пробированию и клеймению изделий из драгметаллов. Занятия содержали как теоретическую, так и практическую части по чтению клейм для российских и иностранных изделий и определению пробы металла.

В ноябре будут организованы мастер-классы по горячей эмали по серебру, которые познакомят студентов с технологией эмалирования. Учебный план включает эмалирование сканых образцов, выемчатую и перегородчатую эмали, эмалирование гильошированного образца, роспись по эмали, а также художественное эмалирование.

В этом же месяце состоится цикл занятий по геммологии и основам диагностики драгоценных камней. Геммология — очень притягательная наука. К нам обращается все больше и больше людей, и это не всегда ювелиры, которые хотели бы знать камни и разбираться в них. Слушателям будут предоставлены методические рекомендации по оценке драгоценных камней. Большое внимание будет уделено практической работе с использованием коллекции драгоценных камней.

В текущем учебном году планируется также курс по гравированию.

Рост интереса и совершенствование молодых ребят внутри профессии дают им большую свободу в дальнейшей работе, а нам надежду на новые интересные работы в будущем.

MASRIERA

Конец XIX — начало XX века ознаменовались, пожалуй, самой романтической эпохой в европейском искусстве, стилем ар-нуво, интерес к которому с годами только увеличивается. Мы предлагаем вам познакомиться с испанской ювелирной компанией Masriera, которая ведет историю с 1839 года, когда Луис Мариера открыл в Барселоне свой первый магазин украшений. Талантливый художник и ювелир высочайшего класса, Мариера внес серьезный вклад в появление и развитие современного ювелирного искусства и повлиял на формирование стиля ар-нуво.

Мастерская фирмы Masriera в Барселоне — одно из немногих мест в мире, где бережно хранят секрет создания и особого обжига эмали, благодаря которой она становится прозрачной. Уникальные техники plique à jour и basse-taille, впервые использованные Луисом Марией, дошли до наших дней, и теперь эмаль с особенно яркими, лучистыми красками и отчетливым рельефом специалисты всего мира уже более века обозначают термином «барселонская эмаль». А главной темой ювелирных украшений остается волшебное сочетание красоты женской фигуры и яркого мира природы, выполненных с неподражаемым блеском и артистизмом, придающими каждому изделию изысканность и неповторимость.

Гарнитур «Золотой рой». Золото, эмаль, бриллианты, гранаты (2,21 кар).

Брошь «Нимфа рассвета». Золото, перидот (2,05 кар), оранжевый сапфир (3,17 кар).

VICTOR MAYER

Для создания драгоценностей недостаточно придумать неповторимый дизайн украшений, необходимо еще и безупречное исполнение. Компания VICTOR MAYER в своей новой коллекции предлагает изящные и красочные запонки для «денди и леди». Запонки вошли в обиход в XVII веке. До этого, желая выглядеть элегантно, мужчины подвязывали рукава лентами или кружевными шнурками, затем особо экстравагантные представители сильного пола стали использовать серебряные и золотые пуговицы, соединенные короткой цепочкой. Таким образом и появилась сама идея запонок. Но настоящую популярность они получили в конце XIX века, когда на них пришла мода и запонки стали неотъемлемой частью мужского гардероба. Фирма VICTOR MAYER выпускает ювелирные украшения вот уже 120 лет, и все годы в создаваемых коллекциях обязательно присутствует этот небольшой яркий аксессуар, который к тому же стал любимейшим подарком не только для мужчин, но и для женщин. Элегантность и стиль — это категории из области искусства, и украшения, которые мы надеваем, способны передать тонкое понимание цвета и выразить нашу индивидуальность и неповторимость.

ЗЕНИТ — ЧЕМПИОН!

Золотые медали чемпионов России по футболу будут вручены «Зениту» 28 ноября на стадионе «Петровский» после игры с «Крыльями Советов» из Самары. Скорее всего, там же команде будет вручен и уникальный бриллиантовый Кубок «Чорон Даймонд». Суперприз изготовлен из золота 585-й пробы, белых и черных бриллиантов в двух вариантах — Большом и Малом. Большой сделан в форме футбольного мяча в натуральную величину весом в 2,5 килограмма. Малый весит 460 граммов. Их удостоятся победитель чемпионата — петербургская команда «Зенит» и команда, занявшая второе место. Кубок оценен в миллион долларов — он рассматривается не только как спортивный трофей, но и как произведение искусства, имеющее культурную ценность.

А 2 декабря праздник продолжится в Ледовом дворце — именно там запланирован торжественный вечер-концерт, в ходе которого команда и ее поклонники смогут отметить победу в Чемпионате России. Планируется участие известных артистов и рок-групп, их список сейчас утверждается.

АЛЬМА-МАТЕР ЮВЕЛИРНОГО ПЕТЕРБУРГА ИСПОЛНИЛОСЬ 65 ЛЕТ

5 октября 1945 года, всего несколько месяцев спустя после победы над фашистской Германией, в Петербурге было учреждено художественно-ремесленное училище для подготовки мастеров ювелирного дела. Сегодня Санкт-Петербургский Художественно-Профессиональный Лицей по-прежнему готовит молодое поколение ювелиров на смену опытным мастерам и является единственным в городе учреждением среднего специального образования такого профиля.

В этом году Лицей отмечает свой 65-летний юбилей. Официальный праздник для всех заслуженных педагогов, сотрудников и дорогих гостей состоялся 13 ноября в необыкновенно теплой, искренней атмосфере.

С 2004 года Художественно-Профессиональный Лицей является членом Некоммерческого Партнерства «Ассамблея Ювелиров Санкт-Петербурга». Многие выпускники Лицея сегодня работают на предприятиях в составе Партнерства, учащиеся старших курсов проходят практику на базе производственных фирм. Поэтому от качества образовательных услуг, предоставляемых Лицеем сегодня, напрямую зависит будущее петербургской ювелирной промышленности.

Поздравить Лицей с юбилеем приехал лично генеральный директор завода «Альфа» Николай Шайдуллин и подарил всему коллективу Лицея новенький ноутбук. Заместитель генерального директора завода «Каст» Денис Алексеевич Емец поблагодарил педагогов за талантливых выпускников, сотрудников завода, уже в который раз получивших Гран-при за свои изделия на международных московских выставках. Лицей поздравили также представители ювелирной компании «Садко», завода «Русские Самоцветы» и комитета по образованию правительства Санкт-Петербурга. Ассамблея вручила лучшим педагогам подарочные сертификаты на покупку книг и почетные грамоты Ассамблеи всем без исключения сотрудникам Лицея.

Уникальные торги

Январь, в котором россияне привычно отдыхают почти половину месяца, не даст расслабиться нумизматам и любителям старины. На январском аукционе Кюнкер, который пройдет в отеле «Эстрель» в Берлине 27 января 2011 года, будут представлены 194 монеты России. Скажете «немного» — возможно, но зато каких! Каждый лот может стать украшением любой коллекции или основным лотом любого аукциона.

Петр I представлен двумя золотыми двухрублевиками 1720 и 1721 годов (стартовая цена 10 000 и 7500 евро), рублями 1707 года — их будет в январе два: обычный (в уникальной сохранности, старт 8000 евро) и новодельный со стартом 5000 евро. Выставляется на продажу также редкая полтина 1704 года с заключением ГИМа, старт 6000 евро. Среди медалей Петра I, которые можно купить, золотая медаль в 10 дукатов (34,29 г) 1725 года со стартовой ценой 10 000 евро. Ранее эта медаль принадлежала выдающемуся коллекционеру Антонину Прокопу.

В уникальной сохранности продается рубль 1726 года — времен царствования императрицы Екатерины I. Стартовая цена 8000 евро. Уникальная сохранность и у полтины 1741 года. Это монета с портретом императора Ивана III. Трагическая судьба этого императора-младенца является одной из тайн Российской империи, а монет с его изображением почти не осталось. Этот экземпляр начнет продаваться с 10 000 евро, а конечная его стоимость будет, скорее всего, намного выше.

Коллекционеры золотых монет России будут обрадованы возможностью приобрести 10-рублевые монеты императрицы Елизаветы Петровны 1758 года (Московский монетный двор) и 1757 года (Санкт-Петербург) — 15 000 и 12 500 евро соответственно. Очень редкие 5 рублей 1762 года с портретом Петра III будут стартовать с 30 000 евро. А вот 5 рублей 1762 года, но уже с портретом Екатерины II начнут торги с 15 000 евро.

Среди монет Павла I наиболее интересные 5 рублей 1798 и 1801 годов, стартовая цена 7500 и 10 000 евро, а также 1 рубль 1797 года весом 29,29 г из коллекции Петера Христенсена со стартом 7500 евро. Для коллекционеров монет Александра I текущий аукцион, наверное, наиболее интересен. Два лота, которые, скорее всего, не появятся в продаже ближайшие десятилетия, на этом аукционе найдут своих покупателей. Первая монета —1 рубль 1801 года. Этот рубль — пробная монета с портретом Александра I. Начнутся торги с 75 000 евро. С той же цифры начнутся торги и за 2 копейки 1810 года из коллекции Антонина Прокопа. Степень редкости этой монеты по каталогу Биткина — R4. Эта степень редкости говорит, что таких монет известно не более 5 штук.

Очень редкие и непривычные для нас монеты с номиналом 12 рублей времени Николая II, также можно приобрести в Берлине. 12 рублей

1830 года — известно всего 119 экземпляров, а 1833 года — 255 штук. Выставлены также монета в 50 злотых 1829 года (тираж 238 экземпляров) со стартом 10 000 евро и золотая медаль весом в 41,5 г, которой был награжден Павел Демидов (старт 25 000 евро).

5 копеек 1861 года, которые, скорее всего, являются уникальными, стартуют с 2500 евро. Среди монет и медалей Александра II — также золотая медаль 1869 года на столетие ордена Георгия, старт будет с круглой цифры в 100 000 евро. Эта медаль имеет степень редкости R5 по каталогу Дьякова. Вес у нее 253,85 г. Хотя покупатель будет только один, для многих увидеть эту медаль и просто подержать ее в руках будет, наверное, единственным шансом в жизни.

Можно приобрести также медаль на коронацию Александра III в 30 дукатов 1883 года со стартовой ценой 10 000 евро. А среди монет Николая II наиболее примечательны рубль 1914 года в память Гангутского сражения (на этом аукционе будет 2 экземпляра, оба со стартом в 5000 евро) и очень редкая золотая медаль Лицея цесаревича Николая.

В Берлине аукционом Кюнкер будет также выставляться на продажу коллекция золотых монет всего мира, очень большая подборка талеров Германии и очень много интересных монет Европы и других стран. Как мы надеемся, с полной версией каталога можно будет ознакомиться с начала декабря 2010 года на сайте аукционного дома «Кюнкер» www.kuenker.de, а с начала января — с печатной версией в российском филиале аукциона в Москве.

Аукционы 180 – 181 в Берлине, 27 января 2011 года

Царская Россия
Елизавета, 1741 – 1762. 10 рублей 1758 года, Красный монетный двор. Биткин 46 (R1); Дьяков 494 (R3). Золото RR. Nearly xf.

Царская Россия
Александр I, 1801 – 1825. 2 копейки 1810 года. Санкт–Петербург. Проба. Биткин 704 (R4). Экземпляр коллекции Антонина Прокопа. xf.

Царская Россия
Александр II, 1855 – 1881. Золотая медаль 1869 года. 100-летие Ордена Святого Георгия. Граверы В. Алексеев и П. Мещеряков. Дьяков 760.1 (R5). xf.

Царская Россия
Александр I, 1801 – 1825. Рубль 1801 года. Санкт–Петербург. Проба. Биткин 632 (R3). Музейный экземпляр с красивой патиной. xf – unc.

Царская Россия
Павел I, 1796 – 1801. Рубль 1797 года. Санкт–Петербург. Биткин 18 (R). RR. превосходный экземпляр с красивой патиной. Экземпляр коллекции Петер Кристенсен. xf – unc.

реклама

Царская Россия
Петр I, 1682 – 1725. Рубль 1707 года (кирилица), Кадашевский монетный двор. Биткин 184, Дьяков 2. Очень редкий, особенно в такой сохранности. Красивая патина. vf – xf.

Царская Россия
Петр I, 1682 – 1725. 2 рубля 1720 года, Москва. Красный монетный двор. Биткин 116 (R); Дьяков 35. Золото R. vf – xf.

Царская Россия
Николай I, 1825 – 1855. 50 злотых 1829 года для Польши. Биткин 978 (R1), золото. Очень редкая. Отчеканено всего 238 экземпляров. xf.

Царская Россия
Николай I, 1825 – 1855. 12 рублей платина 1830 года. Санкт–Петребург. Биткин 39 (R3). Отчеканено всего 119 экземпляров. xf.

Царская Россия
Петр I, 1682 – 1725. Медная копейка 1724 года, Москва, Кадашевский монетный двор. Биткин 3786 (R3), Дьяков S. 203, N 2. Очень редкая. Красивая патина. xf – unc.

Царская Россия
Иоанн Антонович, 1741 – 1741. Полтина 1741 года, Санкт–Петербург. Биткин 41 (R1), Дьяков 6. Очень редкая, особенно в такой сохранности. Превосходная патина. xf +.

Царская Россия
Павел I, 1796 – 1801. 5 рублей 1801 года. Санкт–Петербург. Биткин 8 (R). Nearly xf.

Царская Россия
Петр III, 1762. 5 рублей 1762 года. Санкт–Петербург. Золото RR. Биткин 3 (R1), Дьяков 2 (R3). xf.

KÜNKER

Coin and Gold Trading
Auction House for Coins and Medals

Аукцион 180: Немецкие монеты среднего века династии Штауфер в исключительной сохранности (около 710 лотов)

Аукцион 181: Золотая чеканка (около 310 лотов) • Русские монеты и медали (около 190 лотов)

Закажите уже сегодня Ваши личные каталоги!

Телефон: +49 541 96 202 45
или + 49 541 96 202 68
Факс: +49 541 96 20 222
Email: service@kuenker.de
По всему миру всегда с Вами:
www.kuenker.com

Посетите наш стенд на

WORLD MONEY FAIR

с 28 по 30 января 2011 года
www.worldmoneyfair.ch

Сотрудничайте с нами – выставляйте Ваши монеты у нас!

Более 10000 клиентов по всему миру доверяют нашему аукционному дому. Мы гарантируем Вам профессиональную обработку Ваших монет и медалей, ссылаясь на новейшие экономические стандарты, а также на многолетний опыт более 170-ти успешно проведенных аукционов. На наших аукционах, проходящих регулярно 4 раза в год, принимают участие тысячи клиентов.

Fritz Rudolf Künker GmbH & Co. KG
Gutenbergstrasse 23 · 49076 Osnabrück
Germany · www.kuenker.com

Osnabrück · Berlin · Munich
Zurich · Moscow

Московская Международная Выставка
ЮВЕЛИР
МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА
Ювелир-3
3 – 13 декабря 2010 года
КВЦ «СОКОЛЬНИКИ»
организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 6673, 417 0204
http://www.rosyuvelirexpo.ru

Московская Международная Выставка
ЮВЕЛИР
МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА
Ювелир-Весна
26 февраля – 9 марта 2011 года
КВЦ «СОКОЛЬНИКИ»
организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 6673, 417 0204
http://www.rosyuvelirexpo.ru

Московская Международная Выставка
ЮВЕЛИР
МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА
Ювелир-2
14 – 23 мая 2011 года
КВЦ «СОКОЛЬНИКИ»
организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 6673, 417 0204
http://www.rosyuvelirexpo.ru

Московская Международная Выставка
ЮВЕЛИР
Ювелир-2011
МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА
3 – 10 сентября 2011 года
КВЦ «СОКОЛЬНИКИ»
организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 6673, 417 0204
http://www.rosyuvelirexpo.ru
реклама

Сегодня — достойная вещь, завтра — реликвия

Златарница

Древнеславянское слово «Златарница» сохранилось лишь в сербском языке и означает: хранилище сокровищ, магазин для продажи украшений, ювелирная мастерская.

Выставка «Русь Православная». Москва 2009 г.

В тихом свете лампад, в постах и молитвах совершают мастера свою работу — и вот из серебра и золота возникают Святой Крест, Святой Образ, Святое Слово, и рождается ощущение, что сама Святая Русь незримо присутствует с нами... Православная художественно-ювелирная мастерская «Златарница» основана 10 ноября 2003 года и все это время с гордостью несет это имя, своими делами способствуя возрождению духовности нашего Отечества. Все изделия производятся по старинным каталогам в традициях Русской Православной Церкви.

Излюбленный материал мастеров «Златарницы» — серебро, символ целомудрия, чистоты, святости. Серебро всегда широко использовалось в церковном ремесле при изготовлении богослужебных предметов, окладов, икон и, конечно, нательных крестов. «Слова Господни — слова чистые, серебро, очищенное от земли в горниле, семь раз переплавленное» (пс. 11,7). В «Златарнице» работают истинно верующие люди: они не только прекрасные мастера, выпускающие художественные изделия, но при этом и специалисты, обладающие всеми необходимыми знаниями для работы с приходами, священнослужителями, а также людьми, ценящими свое наследие. Все изделия несут в себе прежде всего мир, радость, душевное спокойствие, любовь, любовь и еще раз любовь — недаром работы высоко оценены Святейшим Патриархом Всея Руси Кириллом, Митрополитом Владимиром, Главой Российского Императорского Дома Великой Княгиней Марией Владимировной, которой было преподнесено в дар серебряное кадило, и многими другими духовными и светскими лицами. Руководитель предприятия Анатолий Алексеевич Меметов в воздаяние заслуг перед Отечеством и Русской Православной Церковью возведен в достоинство кавалера ордена Святой Анны третьей степени с правом ношения орденского знака.

В деятельности компании основополагающую роль играет верность православной традиции и строгое соблюдение правил и канонов.

Огромен ассортимент выпускаемых изделий: это иконы, кресты, панагии, дароносицы, кадила, лампады, священные сосуды, обручальные, венчальные, охранные кольца, крестики, образа.

*Панагия.
Серебро 925°,
роспись по горячей
эмали, цирконы,
корунды*

*Крест
с украшениями.
Серебро 925°, роспись
по горячей эмали,
цирконы, корунды*

*Панагия.
Серебро 925°,
роспись по горячей
эмали, цирконы,
корунды*

*Евхаристический набор (3 предмета).
Потир объемом 2 литра.
Серебро 925°, сапфиры, золочение,
роспись по горячей эмали,
чеканка, гравировка*

*Пасхальное яйцо.
Серебро 925°, роспись по горячей эмали,
золочение, бриллианты, рубины, изумруды,
кахолонг, яшма, перламутр*

*Потир из камня (копия потира 1828 г.).
Серебро 925°, золочение, резьба по кости,
камень орлец, сапфиры*

Кадило келейное (копия кадила XIX века). Серебро 925°, чеканка

Вручение серебряного кадила Великой Княгине Государыне Марии Владимировне, Главе Российского Императорского Дома

Невозможно не упомянуть и об уникальной коллекции православных скульптур.

Св. князь Александр Невский канонизирован Русской Православной Церковью на Московском Соборе 1547 года. Он сыграл исключительную роль в русской истории: за всю жизнь он не проиграл ни одной битвы, проявил талант полководца и дипломата, заключив мир с наиболее сильным врагом, Золотой Ордой, и отразил нападение немцев, одновременно защитив православие от католической экспансии.

Святая равноапостольная княгиня Ольга с внуком Владимиром, первая русская святая — именно с нее на Руси пошло православие. Имя Ольги навсегда вошло в историю нашей страны как имя женщины-героини, искренне любившей своего мужа, свою Родину и свой народ.

Помимо православных скульптур мастера «Златарницы» делают и другие эксклюзивные работы: потиры, пасхальные яйца, иконы. Например, икона «Древо Богородицы»: восемнадцать образов Богородицы выполнены в технике росписи по горячей эмали, использованы также афганский лазурит, перламутр, кораллы, яшма, сердолик. Более двух лет потратили мастера на изготовление этой уникальной работы.

Потиры — священные сосуды для причастия в виде чаш со Святыми Дарами занимают достойное место среди эксклюзивных изделий православной мастерской «Златарница». Потиры из орлеца с позолотой; серебряные, богато декорированные чеканкой, гравировкой; украшенные драгоценными камнями — они создают удивительную ауру в момент Святого Причастия.

Не забудем сказать и о драгоценных подарках к Светлой Пасхе, которые по созданной монархами традиции стали известны, любимы и почитаемы во всем мире. Пасхальные яйца из серебра с вставками из драгоценных камней, с позолотой и сюрпризом, выполненные в лучших традициях русской камнерезной школы, являются прекрасными образцами ювелирного мастерства, в лучших традициях знаменитого Карла Фаберже.

Строгий, утонченный петербургский стиль изделий делает их, с одной стороны, узнаваемыми, а с другой, позволяет сохранять свою неповторимость и индивидуальность. Такие работы находят отклик и у искусствоведов, и у публики, поэтому художники и ювелиры мастерской «Златарница» награждены почетными дипломами многих выставок, в том числе и ежегодных выставок «Русь Православная», а кредо компании: сегодня достойная вещь, завтра реликвия — подтверждается удивительными произведениями, создаваемыми российскими православными мастерами.

Скульптура Св. Николая Чудотворца. Серебро 925°, подставка яшма

Скульптура Св. князя Александра Невского. Серебро 925°, подставка — яшма

Скульптура Св. Серафима Саровского Чудотворца. Серебро 925°, подставка — яшма

Лада Филимонова

Тропой милосердия

Сестрам милосердия Первой мировой войны посвящается

Становится страшно, когда читаешь очерки о Первой мировой войне. Трудно представить себе тонких, изящных барышень, многие из которых были дворянками, в роли медсестер. Работа, где на каждом шагу сталкиваешься с кровью и болью, под силу лишь сильным духом. Свой вклад в дело спасения раненых внесли представительницы всех сословий, включая дочерей императора Николая II — великих княжон Ольги и Татьяны. После прохождения курса обучения они работали наряду со всеми — ассистировали на операциях при извлечении пуль и ампутации конечностей, делали перевязки. Видеть в роли ухаживающих за ранеными девушек, выросших в великосветском обществе, было для современников, мягко говоря, непривычно. Но молодые, здоровые мужчины погибали тысячами, а потому нелегкую работу младшего медицинского персонала взяли на себя русские женщины разных сословий, охваченные глубоким патриотизмом, чувством долга и жертвенностью...

Созданию фигуры «Медсестра» предшествовало внимательное изучение камнерезных фигурок Фаберже и желание продолжить ряд ярких образов того времени. Трудно предугадать чужие мысли, тем более мысли такого неординарного человека, как Карл Фаберже, но фантазировать творческому коллективу создателей фигуры никто не мешал. Валентин Васильевич Скурлов предложил тему, а для реализации замысла в качестве автора скульптуры была приглашена художник Мария Лосева. Маша решила вылепить образ в царствовавшем в то время стиле ар-нуво, и увиденный ею образ сестры милосердия получился романтичным и утонченным. Затем к работе подключилась Катерина Седых — дочь известного художника-камнереза Светланы Седых, создавшей немало интересных образов в камне (реальный пример продолжения традиции). Она прочла вылепленный образ иначе. Собрав множество фотографий и материалов по Первой мировой войне, мы поняли, как трудно прочувствовать атмосферу того времени, когда многое сейчас видится по-другому. Фотографии медсестер того времени демонстрируют хотя и утонченные, но суровые лица. Больше всего доставило хлопот при резьбе лицо из яшмы, для которого было выбрано несколько портретов того времени. Очень часто лица, сделанные в камне, поражают своей похожестью, стереотипностью: по ним можно сразу понять, кто автор модели. Другой широко распространенный недостаток — чрезмерная стилизация. Как нам кажется, камнерез Седых сумела избежать обеих крайностей. Соотношение пропорций создаваемого образа должно соответствовать духу и моде отображаемой исторической эпохи. Женщина начала двадцатого века поражает светлым, открытым взглядом и красотой черт. На мой взгляд, художник мастерски передала красоту лица и одновременно суровость задачи, выпавшей на долю русской сестры милосердия.

Катерина поразительно работает с материалом, пытаясь передать через камень текучесть и подлинную фактуру ткани. Меня всегда

*Скульптура «Медсестра»
Автор модели Мария Лосева,
резчик Екатерина Седых.
Материалы:
Лицо, руки – яшма,
волосы – кремний,
платье – яшма,
платок и передник – кахолонг,
ботинки – лиддит,
икона – роспись по эмали (автор Алена Зуева),
рушник – кахолонг*

Екатерина Седых

Фрагмент скульптуры

удивляло, как в маленьком, ничем не примечательном кусочке камня она видит то диковинный цветок, то резной опавший лист. Подбор камня тоже был непрост — здесь немаловажен цвет, а различное сырье требует различных способов обработки. Платье фигурки изготовлено из яшмы, а передник и нижняя юбка из кахолонга работают на контрасте, как в цвете, так и в тоне, дополненные сочным красным крестом на груди. Очень профессионально поработал мастер с костюмом того времени, пересмотрев немало книг по истории костюма и подлинных фотоматериалов. Женщина, изображающая сестру милосердия, идет навстречу жестокостям войны, неся в руках икону Казанской Божьей Матери. Икона в руках нашей медсестры выполнена в технике росписи на эмали (финифть) и оправлена в золото 585 пробы. Художник по росписи — Елена Зуева, сочетающая изысканную цветовую гамму в своих работах и поражающая тонкостью письма.

Говорить об этой фигурке можно много, но лучше ее увидеть. Мы не претендовали на пафосную скульптуру, мы просто высказали свой взгляд на этот образ. Конечно, это не памятник, но перед любой работой должны стоять самые высокие задачи, и мы смеем полагать, что во многом достигли их.

Буду рад вас видеть в Коктебеле…

Какие ассоциации приходят в голову первыми при слове Коктебель? Конечно же, «творчество», и, безусловно, не обойтись без упоминания «гения этого места» Максимилиана Волошина. Ведь этот небольшой курортный поселок на востоке Крыма со времен Серебряного века стал своеобразной летней столицей для людей искусства. Стихи, написанные там, романы, замечательные пьесы принадлежат большой культуре — как украинской, так и российской.

12 ноября в Национальном культурном центре Украины в Москве на Арбате прошел заключительный вечер «Дней Коктебеля в Москве», в программе которого состоялось открытие художественной выставки «Коктебель — моя любовь. Коллекция личных пристрастий» и концерт-презентация фестивалей искусств «Коктебель — территория счастья, а мы — его архитекторы». Благодаря фестивалю в единое творческое пространство начинают стягиваться литераторы, музыканты… Полноправным участником Дней Коктебеля в Москве стал и ювелирный завод «Агат», ведь девиз фестиваля «Искусство без границ», как никакой другой, подходит для этой компании. Общеизвестно, что, когда сталкиваются два мощных творческих потока, вместе они зачастую представляют большую силу и мощь, чем по отдельности. Похожим образом союз ювелирного искусства, представленный на фестивале ТД «Агат» и творческих людей высочайшего уровня мастерства, может дать непредсказуемый, неожиданный результат, особенно если эстетика ювелиров совпадает со вкусами публики.

Искусство вечно, а люди бывают разные: те, кто любит искусство, и те, кто к нему равнодушен. Поэтому задача каждого фестиваля — приучить людей к прекрасному, к тому виду искусства, которым занимаются его участники, которое несут в жизнь, которое они пропагандируют и любят. Собственно говоря, именно в этом и заключается миссия компании «Агат». Как сказал нам руководитель компании Александр Рак: «Главная особенность нашей продукции состоит в том, что при изготовлении каждого изделия применяется несколько ювелирных техник одновременно: позолота, серебрение, литье, эмаль и инкрустация камнями…

ТД «АГАТ»:
125040, Москва,
Ленинградский пр., д. 8, оф. 315
Тел./факс +7 495 961 46 89,
факс +7 499 257 02 72
e-mail: info@agat-zavod.ru
www.agat-zavod.ru

Фото: Александр Гайдук

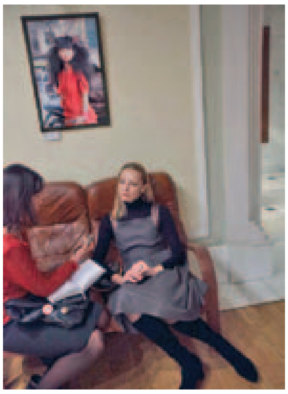


Фото: Анатолий Степаненко

Безусловно, при этом широко используется ручная работа. Я убежден, что это крайне важно. Без ручного труда изделие не оживет и не задышит. Только мастер своими руками может вдохнуть жизнь в предмет и подарить ему душу. Уже несколько лет с нами сотрудничают заслуженные художники Украины, которые разрабатывают эскизы посуды и участвуют в процессе создания великолепных эксклюзивных изделий. Такие предметы смело можно назвать произведениями искусства, у каждого из них есть автор».

В наш разговор вступила директор Торгового Дома «Агат» Наталья Петренко: «В Украине продукция завода «Агат» не просто очень популярна, мы — безусловные лидеры на рынке. Организовав торговое представительство в Москве, мы хотим и здесь добиться той же известности — а это под силу лишь тому, кто любит свое дело. Мы провели масштабную рекламную кампанию, а безупречное качество нашей продукции, широкий ее ассортимент помогли нам в короткие сроки завоевать доверие у покупателей. Наш завод одним из первых в Украине освоил выпуск столового серебра. Теперь же изящные узоры нашей серебряной посуды и столовых приборов знакомы многим российским покупателям. Отрадно сознавать, что во многих домах от Владивостока до Калининграда на праздничный стол ставится посуда, выполненная руками ровенькских мастеров».

...На Старом Арбате, в самом центре Москвы в гости к хозяйке вечера Алле Басаргиной пришли писатель Виктор Ерофеев, оперная дива Большого театра Оксана Лесничая, балерина и актриса Илзе Лиепа, известная телеведущая Первого канала Мария Шахова, поэты Владимир Вишневский, Вадим Жук, Андрей Коровин и многие другие.

Открыв художественный вернисаж, где в любви Крыму в своих работах признались многие художники, гости прошли на концерт, который напоминал дружеский капустник. Каждый из знаменитостей представлял что-то новое из своих умений или просто общался с залом. Писатели и поэты читали отрывки из своих произведений. Всех удивила Илзе Лиепа: балерина не танцевала, а прочла написанную ею сказку. Многие пели. Больше всех — солистка Национальной оперы Якутии Людмила Кузьмина и Оксана Лесничая, особенно порадовав гостей «Дуэтом кошек» Россини под аккомпанемент самой Аллы Басаргиной.

«Я счастлива, что в Коктебеле сохраняется Дом Волошина, который по счастливой случайности могу назвать и своим домом, — поделилась пианистка-лауреат. — Я росла в нем. И тем замечательней, что сегодня в Москве проходит такой необыкновенный фестиваль, посвященный Коктебелю. Сейчас модно говорить о кризисе и жаловаться на отсутствие финансов. Но давайте говорить лучше об антикризисе. Ударим нашими фестивалями, нашей любовью к искусству по тому безрадостному, что сейчас происходит в мире. Ведь главное — чтобы не наступил кризис наших душ!»

Там, где сходятся вместе талантливые, пытливые, неравнодушные к современному состоянию как российской, так и украинской культуры люди, неизменно возникает сообщество профессионалов, которым многое по плечу.

И в этом горниле куется то, что и называется искусством, в том числе и ювелирным. Безусловно, признание творчества украинских ювелиров известными мастерами культуры чрезвычайно приятно. Но очень важно еще и то, что своим участием в таком элитарном мероприятии, как фестиваль «Дни Коктебеля в Москве», ювелирный завод «Агат» выводит ювелирное искусство из творческого «оазиса» и ставит его вровень со всеми другими видами искусств.

Время перемен

В стране внешне все стабилизировалось, но за лакированной поверхностью нет-нет да и проглядывает фоном неопределенность сегодняшнего и завтрашнего дня. При внешнем благополучии (снижение темпов инфляции, экономический рост, хорошие цены на нефть) люди тем не менее не чувствуют себя совершенно спокойными. Это касается всего общества, а как обстоят дела в ювелирной отрасли? За прошедший год она претерпела существенные изменения — одни игроки ушли с рынка, другие перепрофилировались, третьи вынуждены искать новые возможности по развитию бизнеса в условиях обостряющейся конкуренции. Но одно остается неизменным — как крупные, так и мелкие компании вынуждены выстраивать свою сбытовую политику, оптимизировать систему взаимоотношений с конечными потребителями, завоевывать место под солнцем. Общаясь с руководителями производственных компаний, понимаешь, что резко изменился горизонт планирования — сейчас он составляет год, максимум два. Никто не обсуждает долгосрочные планы, что принципиально важно для создания эффективного бизнеса. Наступило новое время. И на наш взгляд, неотвратимо наступает время создания эффективной конкурентной среды в отрасли. В прошлом номере нашего журнала вышла статья Андрея Ялунина «В поисках результата», в которой речь шла о цикличности нашего ювелирного рынка, о том, что на современном рынке отсутствует прозрачность, что при наличии несовершенного законодательства создаются условия для «серых» схем, об отсутствии консолидированной позиции производителей и продавцов по вопросам цен на продукт и многом другом. Полностью статью можно прочесть на сайте журнала www.russianjeweller.ru в рубрике «Особое мнение». Сегодня мы продолжаем публиковать мнения руководителей о том, что представляет собою ювелирный бизнес в современных условиях.

Александр Сергеевич Горыня, руководитель ювелирной компании «Грингор»

О главном

Статья Андрея Ялунина, на мой взгляд, является злободневной, и самое главное — конструктивной. Довольно часто мы слышим общие слова о том, как все плохо, без какой-либо конкретики. В статье же тонко подмечено замещение дорогостоящей (высокомаржинальной) ювелирной продукции российского производства иностранной. И делается это вполне осознанно путем проведения законных и подзаконных актов, ставящих отечественные производства в гораздо худшие условия, чем иностранные. Это касается и обхода отдельными предприятиями устаревшей инструкции № 68н «Закона о драгоценных металлах и драгоценных камнях», и осуществления Госконтроля (помимо таможенного) при ввозе драгоценных вставок, и отчетности по финмониторингу на покупки-продажи изделий свыше шестисот тысяч рублей, и налогообложение на реинвестируемую в производство прибыль, таможенные тарифы и т. д. Не говоря уже о финансовых вопросах и процентных ставках на кредиты. Все это вместе взятое создает не рыночный климат, а стремление малых и средних производств (крупные исчезли) «прилепиться» к казенным заводам или сбытовым сетям, что ведет к стагнации рынка и самое главное — к снижению уровня технической оснащенности производств России.

Ш Б

М Н К

Ы М Б Ш

Б Ы Н К М

И Н Ш М К

С А П Ф И Р — Острота зрения = 1,0

WWW.SAPPHIRE.RU

К Н Ш М Ы Б И

Б К Ш М И Ы Н

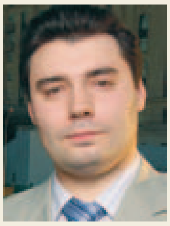
Н К И Б М Ш Ы Б

Ш И Н К М И Ы Б

И М Ш Ы Н Б М К

реклама

Всё в наших руках



Григорий Юрьевич Щернаков, директор департамента планирования и развития «ТД «Адамант»

Автор статьи «В поисках результата» обратил особое внимание на цикличность отечественного ювелирного рынка. Я же, со своей стороны, хочу поговорить с читателями об этапах развития и возрасте ювелирной отрасли

По факту имеем: российскому ювелирному бизнесу около 20 лет, а историю его можно разделить на несколько этапов: первый относится к девяностым — именно тогда формировался в России частный сектор и были заложены основы ведущих и по сей день предприятий в отрасли; второй — нулевые, когда развитие рынка происходило бурными темпами в самых различных направлениях и продолжалось вплоть до кризиса 2008–2009-х годов; третий — тот, в который мы живем и поныне, пытаясь интегрироваться в мировое сообщество и примерять рубашку западной цивилизации, частично придя в себя после холодного кризисного душа.

Взгляды многих современных руководителей предприятий можно обозначить в приоритетном порядке как собственнические. Пример некоторых компаний показывает нам, что консолидированная позиция в вопросах цен производителей и продавцов имеет место быть, но это достаточно редкий случай.

Что же мешает и производителю и розничному торговцу найти единый взаимовыгодный подход к решению своих задач и сформировать некий общий свод правил?

Прежде всего, важно помнить, что мы работаем на рынке, в конкурентной среде, а не в условиях плановой экономики. Приведу несколько тезисов на эту тему, которые проливают свет на сложившееся положение дел в отрасли:

1. Недальновидность предпринимателей и их руководство краткосрочными интересами. В приоритете логика «Зарабатывай, пока можешь и как можешь, а там видно будет». Деньги деньгами, но это приводит к разобщенности интересов участников рынка и формирует их подход к ведению бизнеса, что в итоге отражается на всей отрасли. Зачастую вовсе отсутствует культура взаимодействия «производитель-продавец-потребитель».
2. Мы работаем большей частью в производственно ориентированном этапе становления маркетинга большинства предприятий, то есть из всего многообразия представленного на рынке ассортимента компании производят то, что могут, а не то, что нужно рынку и конечному потребителю. Об интересах последнего, кстати, мало кто из производителей задумывается. Да и сервис во многих розничных магазинах оставляет желать лучшего. (Не в качестве оправдания рынка, но все же считаю, будет уместно вспомнить о том, что в США и Европе маркетинг развивается более века, в РФ его возраст сопоставим с возрастом рынка.)
3. Отсутствие значимой поддержки российского ювелирного рынка государством в части его защиты от «серой» продукции и недобросовестной конкуренции как таковой. Тут, полагаю, уместно будет вспомнить об иерархии Маслоу, в которой ювелирные изделия занимают далеко не первые позиции, да и о роли самой отрасли в масштабе российской экономики. Безусловно, сырьевой сектор приносит государству неизмеримо большие доходы, нежели ювелирный. Вот только вряд ли это является весомым аргументом для десятков тысяч работающих в отрасли людей.
4. Отсутствие профсоюзов в ювелирной среде.
5. Банальное, но очень важное замечание: на рынке мало профессионалов. Особенно это ощущается в сфере планирования, управления ассортиментом и маркетинга.

Список можно продолжить, но и этих причин достаточно для того, чтобы увидеть признаки не самой здоровой ситуации в отрасли. Я бы их обозначил как признаки формирующегося рынка.

Что до прошедшей выставки, то она действительно показала весьма спорный подход многих производителей как к выпускаемому ими ассортименту, так и к способам его продвижения. Недостаточная продуманность рекламных кампаний оставила ощущение рекламы ради рекламы...

Низкая рентабельность? А чего вы ожидали, если самый популярный на рынке способ борьбы за клиента — это демпинг?

При этом важно не путать произошедшее на рынке замещение дорогих изделий более доступными по цене, объясняя это несоответствием спроса предложению. Как раз наоборот. Это следствие экономического кризиса и снижения покупательской способности, которые в определенной степени характеризуют и общее положение в стране. Другое дело, что у некоторых фирм этот «рывок» носит гипертрофированный характер. Но тут, уважаемый читатель, опять возвращаю вас к вышеизложенным тезисам.

Отвечая на извечный вопрос «Что делать?», прошу прочесть их внимательнейшим образом еще раз и примерить, что называется, «на себя», свою фир-

му, персонал и т. п. Если хотя бы часть из этих пунктов затрагивает интерес вашего бизнеса или вы готовы дополнить его собственными пунктами, то нужно меняться. Меняться и менять свое отношение к бизнесу, сотрудникам, партнерам, потребителям. Если этого не сделать, то, постепенно вливаясь в мировой рынок, российская ювелирная отрасль, явив свою неконкурентоспособность, рискует преобразиться далеко не в лучшую сторону для всех участников рынка, в результате чего на улицу отправятся десятки тысяч людей. И в первую очередь это будет характеризовать современных руководителей (собственников) предприятий как безответственных лиц.

Что касается отсутствия инвестиций в современные технологии применительно ко всем производителям, то это утверждение неверно — и предприятие, на котором я работаю, является тому явным подтверждением. Мы провели реорганизацию как производственной базы, так и коммерческой структуры, в результате чего появилась несвойственная ранее предприятию маркетинговая активность. Результат — одними из первых в отрасли мы вышли на докризисные показатели производства и продаж.

А вопросы, полагаю, можно и нужно решать сообща, учитывая интересы и производителя, и оптового, и розничного торговца. Наиболее оптимальной площадкой для этого видится организация «Гильдия ювелиров России». Насколько мне известно, у нее имеется положительный опыт в решении многих задач, в том числе и законотворческого характера.

Несмотря на все проблемы, хочется тем не менее верить в радужную перспективу ювелирной отрасли на ближайшее и последующие десятилетия, особенно для отечественных производителей. В заключение приведу пример с другого «роскошного рынка», характеризующий ответственный подход к бизнесу. Недавно мне довелось побывать на презентации элитных коньяков (20—100 тыс. руб. за бутылку) одного из ведущих французских коньячных домов. Ее проводил потомственный глава компании. Он рассказывал, как его дед, вернувшись с Первой мировой войны, закладывал бочки с коньяком, а после рассказа предложил продегустировать тот самый коньяк присутствующим на презентации людям. Гости были в восторге и по окончании презентации продолжателя семейной традиции наградили громкими и дружными аплодисментами и выстроились в очередь на приобретение напитков и заключения договоров...

Конкуренция растет

Айсен Евгеньевич Никитин, заместитель генерального директора компании «Золото Якутии»

Можно долго говорить о «непрозрачности» ювелирного рынка, о наличии «серых» схем и т. д. и т. п. Но в последнее время основная проблема для легальных ювелиров, на мой взгляд, заключается не в этом. Проблема в том, что идет рост скрытой конкуренции со стороны взаимозаменяемых товаров. Если говорить о ювелирных украшениях с позиции подарка, то налицо конкуренция со стороны мобильных телефонов и других электронных гаджетов. Спросите любую двадцатилетнюю девушку, что она хочет в подарок: колечко или новый мобильный аппарат, — уверен, что выбор будет сделан не в пользу ювелирной продукции. А если рассуждать о золоте и серебре как инвестиционном продукте (благо только ленивый не написал еще о сумасшедшем росте цен на драгметаллы и его потенциальном росте), то наличие такого банковского продукта, как ОМС (обезличенный металлический счет), не говоря о не столь известных широкому рынку ПИФах и сертификатах, напрочь умаляет достоинства ювелирки как инвестиционного продукта. Если только не вкладываться с более чем далекой перспективой.

Наличие иностранных производителей уже никого не удивляет — и это только цветочки. В ближайшей перспективе, независимо от того, вступим мы в ВТО или нет, иностранцев на российских просторах будет еще больше. Ведь мы для них — большой неосвоенный рынок, на котором еще работать и работать. Тем более опыт успешной работы одних иностранных компаний привлекает других.

Риски ювелирного рынка

Андрей Федоров, генеральный директор ООО «Филигрань»

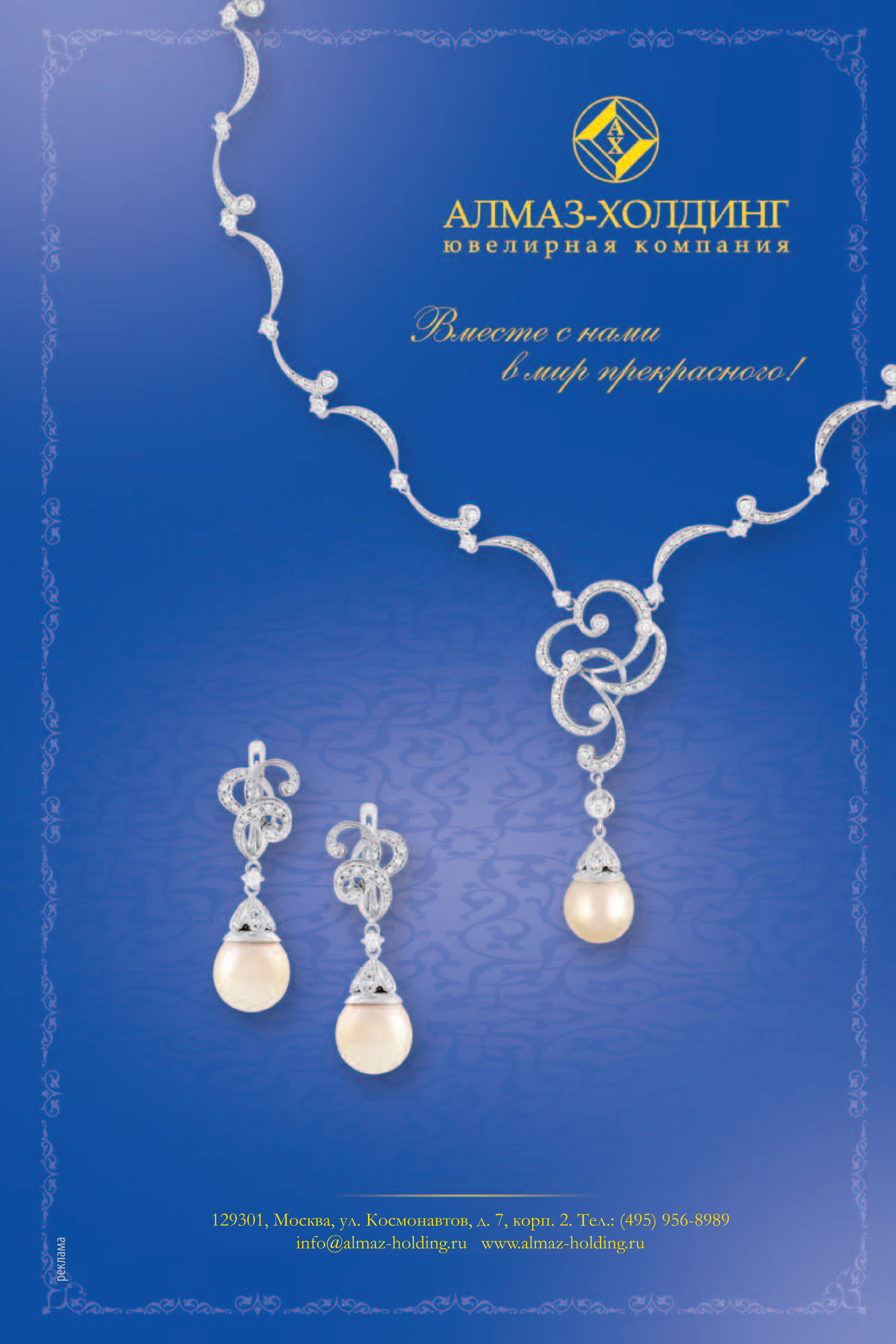
Особенности отечественного ювелирного производства сегодня нельзя рассматривать без учета его развития за последние 10–15 лет — с момента, когда стало возможным заниматься ювелирным производством и с постепенным уходом с рынка фирм-гигантов, таких как «Русские Самоцветы». Рынок стали осваивать небольшие фирмы. Проблемы у всех были схожие: не было дешевого отечественного оборудования, дешевых расходных материалов, но были хорошо подготовленные рабочие кадры — монтировщики и закрепщики высокой квалификации, переходившие из государственных предприятий в малые или открывающие свои собственные.

Обычным явлением того времени были самодельные литейные машины, самодельные же верстаки, барабанные галтовки, станки для полировки. Рынку не хватало отечественного дешевого оборудования, дешевых расходных материалов. Шло время, у предприятий появилась возможность инвестировать средства в оборудование: самодельные литейки заменялись дорогими импортными, приобретались роторные галтовки, необходимое для упрощенного изготовления изделий оборудование.

Активно перенимался опыт иностранных производителей. Так, например, производства отошли от ручной полировки, заменив ее роторами, а ручную закрепку заменили литьем с камнями. Значительно упростилась работа монтировщиков, сводившаяся теперь большей частью лишь к скусыванию литников и обработке места скуса, т. е. отпала необходимость в услугах монтировщиков высокой квалификации. Таким образом, мы научились производить изделия, неотличимые от импортных! Казалось бы, модернизировав производство, снизив процент ручного труда, можно было ожидать качественного скачка в производстве изделий. Но можно ли назвать большую часть выпускаемых украшений ювелирными? Нет, скорее это можно назвать золотой или серебряной бижутерией. Унифицировав производство, мы унифицировали и сами изделия, получив некую бездушную, скучную линейку изделий.

За все эти годы ювелирное производство так и не получило дешевого отечественного оборудования. То, что у нас производится: литейные машины, вальцы, галтовки, бормашины — трудно назвать дешевым. Не был также налажен выпуск отечественных расходных материалов. А между тем конкуренция год от года становится все жестче и жестче. Возьмите Китай — локомотив мировой экономики, выигравший несколько крупномасштабных экономических войн, в частности в текстильной промышленности и электронике. Сейчас он активно развивает ювелирную промышленность и параллельно выпускает отечественное дешевое (!) оборудование. Да, пока оно значительно хуже германского или итальянского, но оно работает, и главное — стоит гораздо дешевле нашего, российского.

Помимо внешней конкуренции у нас все эти годы росла и внутренняя. Пока в стране сохранялся большой спрос на ювелирные изделия, это не создавало большой напряженности на рынке. Но кризис обнажил все наши слабые места. Появление новых фирм приводило к росту конкуренции в области производства. Зачастую предприятия делились пополам — из одной фирмы возникали две, из компаний уходили оптовые менеджеры и создавали свои производства. Увеличившаяся конкуренция привела к снижению отпускных цен, а значит, и к снижению прибыли. Снижение прибыли, в свою очередь, приводит к ограниченным возможностям производства, вследствие чего на производствах не происходит обновление оборудования, модельного ряда и, естественно, замораживается рост зарплат. Согласитесь, все это не способствует процветанию отрасли. Еще одной большой проблемой производителя являются его взаимоотношения с торговлей. Так сложилось, что именно торговля выставляла и выставляет свои условия, диктует цены, форму и сроки оплаты. По сути, ритейлу безразлично, чьи изделия продавать, — наши или импортные. Перед нашим производителем, все еще находящемся в кризисе и имеющем постоянный рост цен на драгоценные металлы и надвигающуюся угрозу вступления в ВТО, маячит довольно мрачная перспектива. Думаю, что, не получив защиту на государственном уровне в ближайшее время, отрасль перестанет развиваться, и, возможно, произойдет ее «схлопывание». Число держащихся на плаву фирм сократится, останутся лишь те, кто сможет предложить рынку что-то креативное, и, конечно же, те, кто имеет хорошую финансовую базу. Но думаю, что и у этих компаний останутся все те же проблемы, то же самое положение между молотом и наковальней: с одной стороны — торговля с ее неоправданными запросами, с другой — дорогое оборудование и высокая цена на драгметаллы. Выживет сильнейший. Пожелаем же удачи всем производителям!


АЛМАЗ-ХОЛДИНГ
ювелирная компания
Вместе с нами
в мир прекрасного!
129301, Москва, ул. Космонавтов, д. 7, корп. 2. Тел.: (495) 956-8989
info@almaz-holding.ru www.almaz-holding.ru
реклама

Инга Орлова

Искусство розничных продаж ювелирных украшений

В чем же заключается искусство продаж ювелирных изделий? Ведь изделие само по себе — это искусство и продается без усилий продавца! Как часто можно услышать эти слова в различных вариациях и, что самое удивительное, услышать их от продавцов.

6 карат
международный бизнес•центр

Работая внутренним бизнес-тренером в ювелирной компании, общаясь с сотрудниками, я столкнулась с несколькими стереотипами. Самый главный из них звучит следующим образом: «Красивое изделие само себя продает». Вроде бы безобидная фраза, но отсюда вытекает огромное количество отговорок по поводу низкого уровня продаж, например: «У нас не такой ассортимент»; «У нас высокие цены»; «У нас нет рекламы/скидок/акций» и т. д. На первый взгляд эти отговорки различны по смыслу, но тем не менее сводятся к убеждению продавцов, что клиент должен зайти в магазин, увидеть изделие, влюбиться и отдать с радостью сумму, указанную в ценнике. А продавец всего лишь отпускает товар и желает на прощание хорошего дня. Если вы стоите по должности выше ступеньки продавца, если вам данная ситуация знакома, то, возможно, эта статья поможет вам разобраться в том, как создать эффективную систему обучения или хотя бы не выкинуть деньги на ветер, инвестируя их в развитие персонала.

За время работы с ювелирными магазинами я заметила одну тенденцию: украшения, которые нравятся продавцам, продаются в первую очередь, а изделия, которые им не нравятся (или они к ним равнодушны), лежат мертвым грузом. Подобная проблема возникает также, когда изделия лежат долго и глаз, как говорят, «замыливается», продавец не видит красоты изделия — оно ему приедается. Иногда достаточно перевести это украшение в другой магазин, и там оно успешно продается, поскольку для продавцов является новинкой (конечно же, при условии разного ассортимента в магазинах). Когда начинаешь обсуждать эту ситуацию с продавцами, они соглашаются с тем, что не просто пробивают чеки за украшения, а формируют потребность у покупателя, помогают выбрать украшение.

Все это подводит к мысли о том, что продавец все-таки влияет на уровень продаж. Теперь нужно понять, как он это делает. Какие действия продавца приводят к успешной продаже? На этот сложный вопрос ответит достаточно простая формула, включающая в себя всего три составляющие.

Инга Орлова

Пройдемся по всем слагаемым успеха по порядку. Доброжелательность — это личное качество человека, с которым он должен приходить в компанию. Учить доброжелательности с нуля — это вкладывать огромные средства в персонал, которые (учитывая уровень персонала, текучку кадров), скорее всего, не вернутся. Кроме того, клиенты всегда чувствуют фальшь, так называемую «американскую улыбку», когда ты понимаешь, что тебе улыбаются, но натянуто и напряженно. Можно научить демонстрировать какое-то поведение, но искренности, увы, не научишь. Только из коллектива доброжелательных сотрудников можно построить клиентоориентированную компанию. Я допускаю, что продавец может не знать технику продаж, но обладать доброжелательностью он

обязан. Это качество является необходимым условием, однако не единственным для успешных продаж.

Вторым слагаемым является любовь к продукту — мы немного коснулись этой темы в начале статьи. Любовь к продукту, к бренду тесно переплетается с лояльностью к компании, поэтому, формируя корпоративную культуру, необходимо активно работать с лояльностью персонала. Как работать с недовольством продавцов: «У нас не такие изделия, они никому не нравятся»? Порой такая позиция формируется из-за того, что продавец не знает всего производственного цикла, работы дизайнеров, маркетологов. Иногда достаточно провести экскурсию на производственную площадку, показать количество готовых эскизов, рассказать, сколько из них пошло в реальное производство, организовать выступления дизайнеров, маркетологов о тенденциях ювелирной моды и сотрудников отдела закупок, которые выбирали изделия из достаточно большого продуктового ряда. Продавцы проникаются серьезностью, глубиной данного процесса и меняют свою позицию. Важно донести информацию, что у вас нет в магазине случайных изделий, что все они представляют собой широкую линейку украшений на самый изысканный вкус покупателя. Для руководителей компании это вещи само собой разумеющимися, зачем говорить об очевидном, но с персоналом нужно работать — регулярно проводить обучение, собрания, мотивировать их. Это один из самых недорогих способов формирования лояльности у персонала.

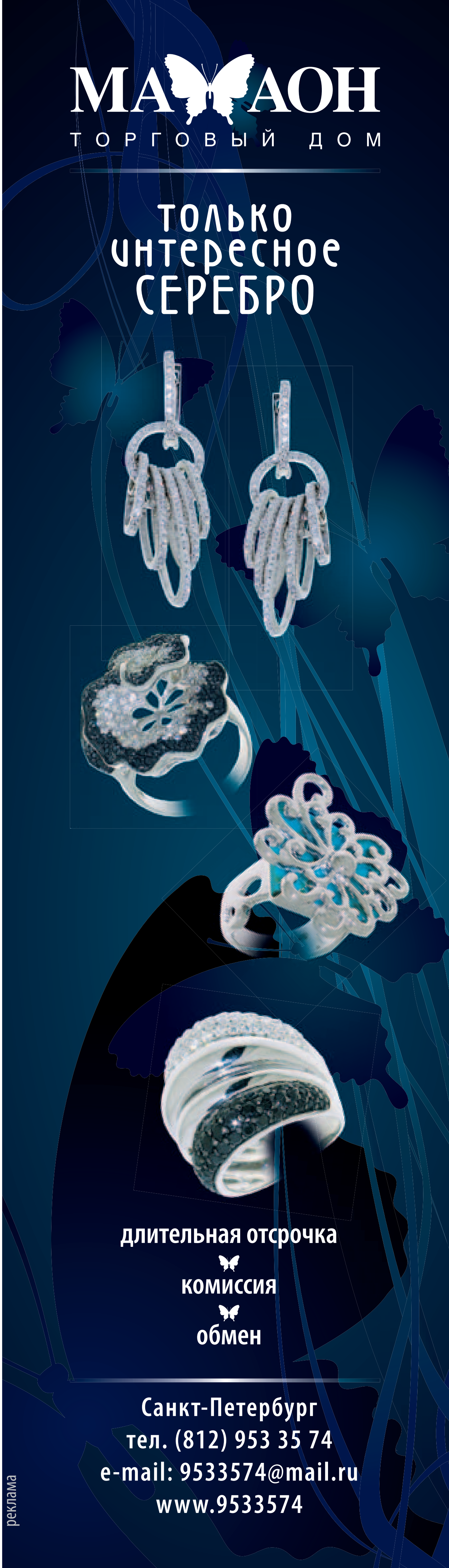
И последним слагаемым успешной продажи является техника продаж. Подчеркиваю, что все же это последняя составляющая, без первых двух слагаемых техника продаж в чистом виде часто работает с продуктами рынка FMCG. Товары повседневного спроса мы покупаем, потому что они нам необходимы, нам порой все равно, как нас обслуживают, — мы просто покупаем продукт. Вы можете себе представить магазин самообслуживания, продающий ювелирные изделия? Скорее всего, нет.

Зачем же тогда нужна техника продаж, если с первыми двумя компонентами можно успешно продавать? Это нужно для того, чтобы мы управляли продажами, а не отслеживали по итогам месяца их уровень. Чтобы продавец не просто отпускал товар, а умел влиять на клиента, работать с его возражениями, убеждать и подстраиваться под каждого покупателя. Основные темы, которые должны раскрываться на данном тренинге для продавцов, это:

- специфика продаж ювелирных украшений, отличие от обычной продажи;
- основные этапы продажи ювелирных изделий. Цели, задачи и сложности каждого этапа (приветствие клиента, вступление в контакт, выявление потребностей, презентаций, работа с возражениями, завершение продажи);
- геммология для продавца;
- допродажа;
- рекомендации по уходу за ювелирными изделиями;
- общение со сложными клиентами.

Это приблизительная программа, которая раскрывает необходимый минимум для продавцов розничных продаж ювелирных украшений, но эта программа не учитывает специфику именно вашей компании, она стандартная и не отражает вашей индивидуальности. Для того чтобы обучение было «вшито» в систему управления персоналом, чтобы это не походило на единичные и точечные попытки наладить работу продавцов, предварительно необходимо разработать «Стандарты обслуживания». Первым этапом внедрения этих стандартов и должен стать тренинг продаж, в программу которого входят корпоративные стандарты обслуживания.

Зачем разрабатывать стандарты обслуживания?



Для руководства компании плюсом корпоративных стандартов обслуживания являются:

- повышение качества обслуживания — мы четко описываем, какого поведения ждем от продавцов (при необходимости разработка уникального стиля обслуживания клиентов, который станет вашим конкурентным преимуществом и выделит на рынке);
- работа всех подразделений (филиалов) в едином стиле;
- формирование лояльности к компании в целом, а не к какому-то одному сотруднику;
- накопление и трансляция успешных алгоритмов работы (сохранение в компании положительного опыта);
- появление четких и понятных критериев для работы с персоналом (подбор, адаптация, обучение и оценка).

Для сотрудников:

- четкое понимание, какого поведения от него ожидают;
- понимание критериев оценки своей работы;
- предотвращение ошибок. Возможность познакомиться с положительным опытом работы других сотрудников (описанных в стандартах);
- быстрая процедура адаптации. Возможность изучать материалы (стандарты) в свободное от работы время.

Для отдела по работе с персоналом:

- основа для системы подбора сотрудников;
- «Библия» при обучении новичков;
- прозрачность системы оценки;
- снижение затрат на обучение новичков за счет усиления значимости процедуры наставничества.

Если вернуться к нашей формуле, то там указано, что техника продаж зависит от компании. Что же имелось в виду? На сегодняшний день отдел обучения и развития в организации — это такое же необходимое подразделение, как и отдел маркетинга. Наличие центра, отдела, департамента обучения или хотя бы одного штатного бизнес-тренера показывает нам уровень развития компании, ее отношения к сотрудникам, насколько компания готова развивать свой персонал, а следовательно, и свой бизнес. Обучение — это необходимая функция в организации, поэтому из статьи «расходы» оно давно переместилось в статью «инвестиции».

Сотрудник приходит к нам без опыта работы или с неизвестным нам опытом, и мы должны обучить его, как принято работать в нашей компании, какого поведения мы от него ожидаем. Поэтому правильно составленная программа обучения напрямую влияет на эффективность работы сотрудников.

При формировании групп на обучение желательно объединять сотрудников с одним уровнем подготовки. Новичков по возможности необходимо отделить от специалистов, так как темп проведения обучения и степень проработки в этих двух группах различные. Если всех перемешать, то в какие-то моменты продвинутые продавцы будут скучать, так как новичкам объясняется очевидный, на их взгляд, материал, а если придерживаться скорости проведения тренинга опытных специалистов, то новички могут не успеть воспринять и усвоить материал.

Давайте коснемся специфики рынка, т. е. обучения продажам именно ювелирных украшений. В чем же разница, ведь алгоритм продаж един? Я неоднократно слышала от менеджеров по продажам и продавцов мнение, что если они умеют продавать батареи, то и селедку (автомобиль, сок, мороженое, кастрюлю, самолет, ювелирное изделие — нужное подчеркнуть) смогут продать. Я согласна с этим утверждение частично. Конечно же, алгоритм продаж один, но продукты, рынки, клиенты, а главное, цели покупки разные.

При этом существуют хорошие технологии, которые часто не работают при продажах продуктов премиум-класса, например SPIN (СПИН), поскольку никакой проблемы клиента приобретение ювелирных изделий не решает. Украшения не являются также продуктом первой необходимости, и если мы не будем учитывать специфику рынка, то можем обучить (при этом очень хорошо обучить) наших продавцов технологиям продаж, которые они просто не смогут применять в работе.

Теперь поговорим о самом продукте. Знание продукта играет важную роль, да что душой кривить, многие розничные сети строят свою систему продаж только на этом знании, когда прода-

3 декабря 2010 года

Авторский семинар Инги Орловой
«Безупречный сервис в ювелирной компании.
Разработка и внедрение стандартов работы сотрудников»

1. Основные разделы корпоративного стандарта.
2. Разработка и написание сервисной стратегии — кто отвечает за сервис в организации?
3. Описание общих принципов и стандартов компании.
4. Описание алгоритма телефонного общения.
5. Описание бизнес-процесса визита клиента, работа продавцов (розница), администраторов и менеджеров (опт). Работа в торговом зале и в офисе.
6. Описание работы с VIP-клиентами.
7. Описание алгоритма работы со сложными и недовольными клиентами.

вец вам не просто презентует товар, а перечисляет его технические характеристики. Как мы видим, такие магазины до сих пор работают, а значит, покупателям бывает достаточно подобного уровня сервиса.

Сложность такого продукта, как ювелирные изделия, еще связана с некомпетентностью покупателей: их основной движущий фактор при покупке «нравится — не нравится», и я не говорю, что это плохо, просто это расхолаживает продавцов, они понимают, что им многого знать не нужно, все, что необходимо, всегда написано в бирке. Обучая персонал, который до этого работал в других ювелирных магазинах, я встречалась с колоссальной безграмотностью продавцов в знании продукта, например:

— изумруд, прозрачный, как бутылочное стекло, — это самый дешевый изумруд, худшего качества;
— самые дорогие сапфиры — это темно-темно синие, почти черные;
— в этом изделии бриллиант 57 карат (продавец читал бирку, в которой было написано 1 бр. кр. 57).

Не буду перечислять дальше, потому что такого грустного материала, к сожалению, много.

Если бизнес-тренер сам не понимает специфику рынка и покупателя, то свести всю презентацию только к известной всем формуле «Свойство товара — выгода для клиента» — это убить всю красоту и очарование изделия. Используя эту технику, можно хорошо презентовать закрепку и огранку камня, форму шинки, но нельзя сводить всю презентацию только к этой технике.

В чем здесь могут скрываться подводные камни? Главное — не переусердствовать с глубиной знаний в области геммологии. Мне известен случай, когда продавцам розничных магазинов преподавали геммологию до уровня кристаллических решеток, а они не понимали, какая ценность в этом для покупателя, как они смогут использовать полученные знания. Геммология — это наука, но очень часто покупателей интересует информация околонаучная или вообще ненаучная, такая как мифы и легенды, связанные с камнями, или принадлежность камней к знакам зодиака, влияние камней на здоровье. Знание этой информации очень украшает презентацию и порой является последней крупицей, которая перевешивает чашу сомнений в сторону принятия решения о покупке.

Ну вот мы и провели обучение, значит, продажи пойдут в гору! К сожалению, не все так просто, здесь появляется одна из сложных задач — перевод полученных знаний и умений в реальные навыки работы. Очень часто я сталкиваюсь с тем, что после проведенного в компании обучения в ней больше не проходят никакие посттренинговые мероприятия, и через полгода тот же самый тренинг можно проводить сначала. Поэтому очень важно разработать программу внедрения полученных знаний. Когда у нас проведено обучение и разработаны стандарты обслуживания, мы сможем оценивать работу продавцов и использование приобретенных знаний и умений. Только так мы сможем контролировать качество работы.

Итак, мы попытались перевести абстрактное понятие «искусство продаж» в простой алгоритм работы. Рассмотрели формулу успешных продаж и содержание тренинга «технологии продаж». Коснулись значимости знания продукта и специфики рынка, важности формирования лояльности к компании и продукту, необходимых личных качеств продавца, на которые следует обращать внимание при найме сотрудников, а также важности корпоративных стандартов обслуживания и посттренинговых мероприятий. Надеюсь, что при разработке системы управления персоналом в вашей компании данные рекомендации помогут выбрать правильный вектор коммерчески успешного развития.

карат
международный бизнес•центр

РАСПИСАНИЕ СЕМИНАРОВ И ТРЕНИНГОВ «МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕС-ЦЕНТРА «6 КАРАТ» НА ДЕКАБРЬ 2010 г.

№ п/п	ДАТА ПРОВЕДЕНИЯ	НАЗВАНИЕ, ФОРМА ОБУЧАЮЩЕГО МЕРОПРИЯТИЯ	ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ
		ДЕКАБРЬ 2010	
1	3 декабря	Семинар «Безупречный сервис в ювелирной компании. Разработка и внедрение стандартов работы сотрудников»	*Администраторы, сервис-менеджеры, а также сотрудники, которые отвечают за поддержание высокого уровня обслуживания клиентов*
2	3 декабря	Консультация-семинар «Проверка пробирного надзора: учет и документооборот на предприятиях ювелирной отрасли»	*Руководители, владельцы, бухгалтеры, экономисты ювелирных компаний*
3	4 декабря	Семинар «Практическое применение законодательства в области защиты прав потребителей для специалистов ювелирной отрасли»	*Владельцы, директора, руководители ювелирных компаний*
4	6 декабря	Семинар «Торговые акции в сети ювелирных магазинов»	*Владельцы, директора, руководители ювелирных компаний, специалисты по маркетингу и рекламе ювелирных компаний*
5	7 декабря	Семинар «Управление ювелирным магазином»	*Владельцы, директора, администраторы и старшие продавцы магазинов*
6	8 декабря 11.00–12.30	Семинар «Технологии оценки персонала: что приносит результат»	*Руководители ювелирных компаний, специалисты отдела кадров, менеджеры по работе с персоналом*
7	8 декабря 13.15–16.00	Мастер-класс «Как сделать каталог хорошим продавцом» (Ничего не делай сам, если есть хороший зам)	*Владельцы, руководители ювелирных компаний, специалисты отделов рекламы и маркетинга*
8	8 декабря 16.30–17.45	Мастер-класс «Что такое скидки и как с этим бороться»	*Владельцы, руководители ювелирных компаний, специалисты отделов рекламы и маркетинга*
9	8–9 декабря	Тренинг «Практика розничных продаж ювелирных украшений»	*Продавцы ювелирных магазинов, специалисты по прямым продажам*
10	9 декабря 15.00–18.30	Мастер-класс «Специальные приемы удержания клиентов»	*Владельцы, руководители ювелирных компаний, специалисты отделов рекламы и маркетинга*
11	10 декабря	Семинар «Мотивация персонала ювелирных компаний»	*Владельцы, руководители, специалисты отдела кадров, менеджеры по работе с персоналом ювелирных компаний*
12	14–15 декабря	Практикум «Специальные технологии мотивации персонала»	*Владельцы, руководители, специалисты отдела кадров, менеджеры по работе с персоналом ювелирных компаний*

Внимание! В расписании возможны изменения. Следите за обновлениями на сайте http://www.6carat.ru/.

Получить информацию по семинарам можно по телефонам:
+ 7 (495) 744-34-64, 232-22-60, 232-33-79
или по e-mail: info@6carat.ru; 6carat@inbox.ru
ООО Международный Бизнес-центр «6 карат»

ВАШ ПРОВОДНИК В МИР ЮВЕЛИРНОГО ПРИЗВОДСТВА

реклама

www.promtehspb.ru

Почему кластер открывает малому предприятию широкие перспективы?

Современные тенденции развития мирового рынка ювелирной отрасли диктуют путь кардинальных изменений в производстве и сбыте ювелирных изделий. Во многих динамично развивающихся странах есть общая закономерность, проявившаяся в наиболее успешном развитии сообществ малых и средних предприятий, сгруппировавшихся на основе производственно-технологических, научно-технических и коммерческих связей в пределах географически ограниченных территорий.

Одним из примеров процесса создания кластеров может служить опыт японской экономики, первоначально основанный на создании системы субподрядных и субконтрактных связей между рядом крупных и сетью средних и малых предприятий. А в Италии малые и средние предприятия, объединенные в кластеры (там они получили название индустриальных округов), экспортируют более 40% своей продукции. Таким образом, промышленные кластеры небольших предприятий позволяют им выступать на равных с крупными компаниями. В России инициаторами в создании первого в стране кластера ювелирных предприятий выступили руководители двух компаний из Нерюнгри («Саха Таас») и Якутска («Звезда Якутии») Изабелла Солтыс и Ольга Попова. Как возникла у них идея сконцентрировать ювелиров Якутии? Вот что говорит Изабелла Брониславовна:

— Крупные ювелирные предприятия республики имеют достаточные средства и уже успешно раскрутили собственные бренды, а мелкие производители в этом отношении испытывают большие трудности. Мы полагаем, что создание кластера ювелирных производств даст нам новые возможности для развития. Участвовать в проекте было предложено всем малым предприятиям и ИП. Однако новое дело всегда вызывает опасения. Пока осмелились на этот шаг семь участников: «Звезда Якутии», «Саха Таас», Североалмазтехнологии, индивидуальные предприниматели С. Бакшин, Г. Ковалев, Г. Корнилов, И. Потапов. Но мы открыты и готовы пополнить свои ряды.

24 октября Торгово-промышленная палата Республики Саха (Якутия) совместно с министерствами промышленности и внешних связей РС (Я) провели «круглый стол» «Об основных направлениях развития алмазообрабатывающей и ювелирной промышленности Республики Саха (Якутия)». В результате обсуждений идея создания кластера ювелирных производств РС (Я) была поддержана и подписан протокол о намерениях.

СХЕМА КЛАСТЕРА

По замыслу инициаторов бизнес-идеи, кластер призван объединить малые предприятия, что облегчит привлечение инвестиций и продвижение продукции за пределами республики, а также поможет нарастить объемы производства.

Бизнес-модель ювелирного кластера такова: малые предприятия, индивидуальные предприниматели и производители фурнитуры учреждают управляющую компанию. В рамках этой компании будут созданы структуры, общие для всех участников кластера, а именно ***Центр трансфертов технологий***. Он будет оснащен самым современным оборудованием, которым компании будут пользоваться сообща. Это станет хорошим подспорьем к собственной производственной базе, ведь не секрет, что оснастить предприятие современным оборудованием малым предприятиям не по плечу. ***Центр оптовых продаж***, а также центр маркетинга и рекламы займутся продвижением продукции. Здесь нужно упомянуть о том, что участниками кластера планируется создание общего бренда «Союз Якутия-Ювелир». Впрочем, в дальнейшем он может изменить свое название. Бренд создается для того, чтобы покупатели знали, что украшения, произведенные под этим брендом, действительно якутского происхождения, и он же (бренд) будет выступать гарантом высокого качества изделий. Для этого ювелиры планируют каждое изделие снабжать сертификатами места его происхождения. Идея создания бренда для якутских изделий витала давно. Дело в том, что «Сделано в Якутии» давно уже стало для ценителей драгоценностей своеобразным знаком качества, признаком того, что они приобретают ДЕЙСТВИТЕЛЬНО качественное украшение. И все бы ничего, но некоторое время назад на просторах России появились предприятия, которые стали активно использовать слово «Якутия» в названиях своих фирм либо применительно к украшениям, выпускаемым ими. По словам Изабеллы Солтыс, важной целью проекта является сохранение традиций якутской национальной куль-

Crystalit® Corporation

ЮВЕЛИРНЫЕ КАМНИ. ЛЮБЫЕ. ВСЕГДА

СЕРВИС

8 (800) 200 22 28

бесплатный звонок по России

реклама

111116, Россия, Москва, а/я 4
Авиамоторная ул., д. 4, корп. 3
тел.: (495) 223-9292
факс: (495) 362-5325
e-mail: moskva@crystalit.ru

156000, Россия, г. Кострома
ул. Советская, д. 134/10
тел.: (4942) 32-12-81
факс: (4942) 32-55-62
e-mail: kostroma@crystalit.ru

157940, Россия, Костромская обл.
пгт. Красное-на-Волге
ул. Луначарского, д. 2А, ТД «Метро»
тел.: (49432) 2-10-83, факс (49432) 3-10-80
e-mail: krasnoe@crystalit.ru

620142, Россия, г. Екатеринбург
ул. Белинского, д. 180, оф. 18
тел.: (343) 376-15-53
моб.: 8-912-299-83-33
e-mail: ekaterinburg@crystalit.ru

официальный партнер
SWAROVSKI GEMS™

туры, продвижение ювелирных изделий с якутским этническим и современным колоритом, изготовленных из материалов, добытых в Якутии, распространение моды на якутские ювелирные изделия в России, странах СНГ, Европы, мира в целом.

С ювелирными магазинами участники кластера предполагают сотрудничать на принципах ***франшизы***. Партнеры будут вносить взнос на право представлять якутскую марку, выполнять особые условия договора, например по объемам закупок, а ювелиры в свою очередь предоставят им рекламную поддержку.

В составе управляющей компании планируется также открыть ***Центр подготовки кадров***. Его задача — подготовка и переподготовка кадров для ювелирных производств.

ПРЕИМУЩЕСТВА КЛАСТЕРА

Главное преимущество кластера заключается в том, что он предоставляет компаниям возможность сконцентрировать свои усилия на той сфере (производство ювелирных изделий), где они действительно обладают конкурентными преимуществами. Это повышает эффективность компании. Продвижение товара, рекламную деятельность, а также административные проблемы решает Управляющая компания. Производитель должен производить.

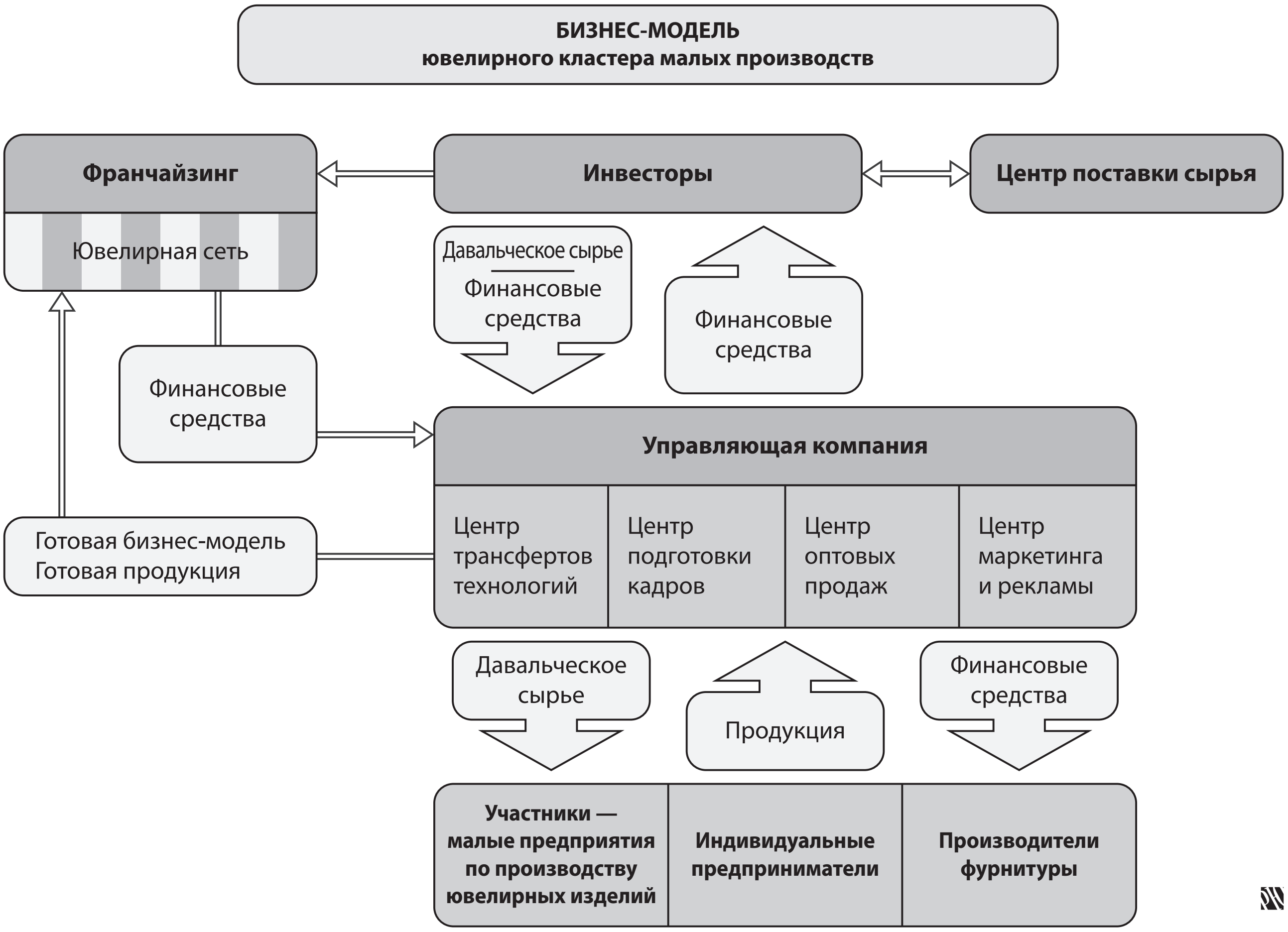
Маленькая фирма не имеет возможности приобретать ноу-хау в производстве, обладать новыми технологиями. Кластер дает такую возможность — многим компаниям в сложившейся ситуации в одиночку просто не выжить.

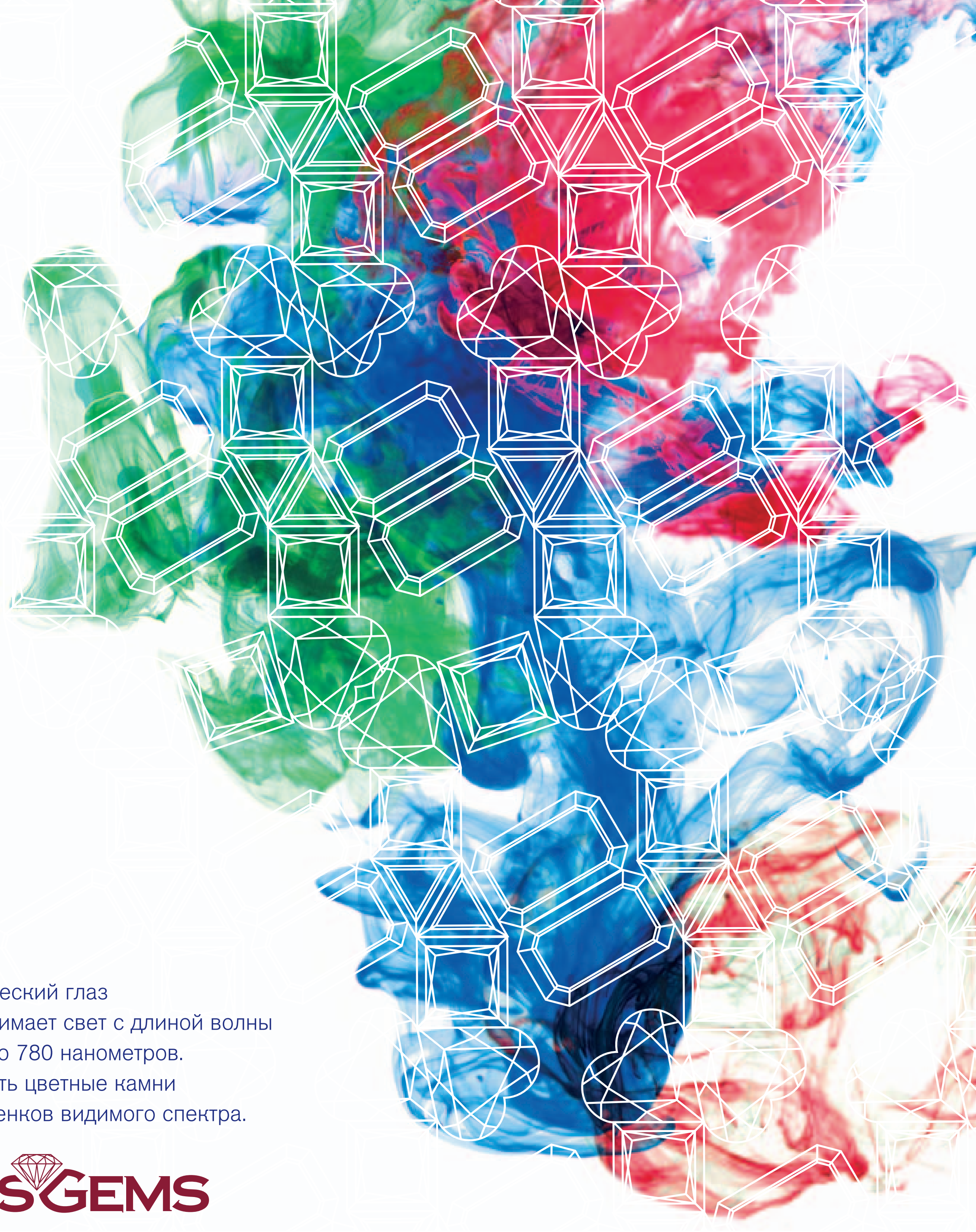
Кластер — сконцентрированная на некоторой территории группа взаимосвязанных компаний, взаимодополняющих друг друга и усиливающих конкурентные преимущества отдельных компаний и кластера в целом.

Объединив свои усилия с другими якутскими компаниями, ювелиры получают более широкую возможность открывать новые рынки сбыта. Одна маленькая фирма не может позволить себе инвестировать в продвижение продукции миллионные суммы. Гораздо выгоднее, заручившись поддержкой партнера, вместе найти способ выхода на новые рынки.

Страх объединения с конкурентом? Да, действительно, на местном рынке компании конкурируют друг с другом. Однако совместная работа в кластере обладает высокой эффективностью, так как вместе можно добиться лучших результатов. Гораздо более жесткая конкуренция наблюдается на российском и международном рынках, региональная конкуренция здесь не идет ни в какое в сравнение.

Итак, действующие на одном уровне участники кластера могут кооперироваться вокруг основной деятельности, используя свои ключевые способности, чтобы дополнять друг друга. Действуя сообща, фирмы способны также привлекать ресурсы и услуги, которые были бы недоступны им в изоляции. Разделяя ресурсы и риски, развивая взаимодополняющие функции, фирмы достигают гораздо большего успеха, нежели поодиночке.





Человеческий глаз
воспринимает свет с длиной волны
от 380 до 780 нанометров.
У нас есть цветные камни
всех оттенков видимого спектра.

RusGems

Более чем достаточно

Драгоценные и полудрагоценные камни
Жемчуг морской и пресноводный
Синтетические камни и фианиты «Dalloz»
Камнесамоцветное сырье

www.rusgems.ru

МОСКВА
ООО «Джем Арт»
Россия, 115419, Москва,
ул. Орджоникидзе, 11, стр. 1/2 Е
Тел: +7 (495) 730 00 46
Факс: +7 (495) 730 30 36
E-mail: sales@rusgems.ru

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
ООО «Балтийские Самоцветы»
Россия, 197022, Санкт-Петербург,
ПС. Большой проспект, 100, офис 623
Тел./факс: +7 (812) 335 55 69
E-mail: sales@rusgems.spb.ru

КОСТРОМА
ООО «Рубин»
Россия, 156005, Кострома,
ул. Советская, д. 69, пом. 2
Тел: +7 (4942) 47 15 12
Факс: +7 (4942) 47 15 32
E-mail: kostroma@rusgems.ru

реклама

Запад или Восток?

С 10 по 14 сентября прошла осенняя выставка VicenzaORO Choice — третья и завершающая ювелирный год экспозиция. В цифрах она выглядит так: на 70 тыс. кв. м разместились 1370 компаний, из них 996 итальянских участников и 374 иностранных.

Roberto Coin

Roberto Coin

Завершившаяся реконструкция павильонов позволила удобно организовать пространство и создать максимально комфортные условия для работы. А возвращение крупнейших экспонентов, таких как Grimoldi Milano, IGM — Institut de Gemmologie Monaco, Pasquale Bruni и Roberto De Meglio, приятно радовало как организаторов, так и посетителей. Организаторы тщательно продумывают план мероприятий: всевозможные встречи, презентации, концерты, шоу происходили не только во время работы выставки, но и после нее — фактически весь исторический центр Виченцы стал продолжением ювелирного форума. Однако главный вопрос, безусловно, волнующий всех, — это экономическая ситуация на ювелирном рынке. Последние данные об экспорте итальянских ювелирных изделий за период с января по май 2010 года показывают рост на 23% по сравнению с предыдущим годом. Такое увеличение стало возможным за счет расширения рынков сбыта итальянских ювелирных изделий в Китае, Гонконге, Объединенных Арабских Эмиратах и Турции. Очевидно, что реальный рост был несколько меньше заявленных процентов, так как за прошедший год значительно выросла цена на ювелирное сырье, напрямую влияющая на цену готового изделия.

Stefan Hafner

Stefan Hafner

Marilyn

Stefan Hafner

Roberto Coin

Roberto Coin

Marilyn

Но тем не менее эти данные подтверждают информацию ведущих мировых исследовательских центров о смещении экономической активности на Восток. Согласно сообщениям Всемирного Золотого Совета, спрос на золото останется высоким в течение всего 2010 года: частично из-за растущего спроса в Индии и Китае, а также из-за увеличения глобального спроса на золото как предмет инвестиций из-за существующей на рынке неуверенности. Что происходит со спросом золота для ювелирной промышленности? В Индии, крупнейшем мировом рынке, за прошлый год он практически не изменился, а в Китае увеличился на 5%. По текущему сценарию можно предположить, что потребление золота будет расти только в странах Востока, так как в остальных регионах продолжается снижение либо отмечается небольшой рост, несопоставимый с докризисным периодом. В Италии за 2009 год потребление золота снизилось более чем на 16%. В 2010 году рынок медленно, но все таки растет, и это позволяет надеяться на восстановление экономики в обозримом будущем.

Marilyn

Marilyn

Io-Si

Io-Si

Calgaro

Calgaro

Marco Bisego

Chimento

Calgaro

Calgaro

Chimento

Calgaro

Rubinia gioielli

Pasquale Bruni

Casato

Casato

Casato

Casato

Rubinia gioielli

Utopia

Rubinia gioielli

В данных условиях большое значение для Италии имеет дальнейшее продвижение проекта Made in Italy, пропагандирующее историю, культуру и образ жизни Италии в мире. Данный проект поддерживается и правительством, которое, например, создало фонд поддержки небольших компаний. По словам организаторов выставки в Виченце, в такое сложное время, когда все силы направлены на сохранение существующего рынка, роль Vicenzafiera очень важна. Именно в Италии находятся четыре главных мировых региона по работе с драгоценными металлами: это Виченца, Валенца, Ареццо и Торре дель Греко — именно здесь происходит рождение дизайна ювелирных украшений. Италия является родиной великих ювелирных брендов, и здесь веками творили и удивляли мир своим мастерством ювелиры — их работы до сих пор служат эталоном для всего рынка драгоценностей. Поэтому выставка не только продолжает оставаться центральным местом для встречи производителей и торговли, но и становится местом знакомства специалистов с самыми последними техническими, технологическими и дизайнерскими решениями. Для успешного выполнения этих задач работает большая группа профессионалов. Благодаря их стараниям меняется и сама выставка — приходят новые экспоненты, проводится активная работа с давними партнерами, организуется большое количество семинаров, докладов ведущих специалистов в различных отраслях — от дизайна и инновационного маркетинга до технологий. И пусть экономическая ситуация сейчас не на стороне ювелиров, но мы уверены в том, что это явление временное. Грядут новые времена, и именно сейчас закладывается фундамент будущего для мировой ювелирной промышленности. Кто станет победителем? Думаем, тот, кто более подготовлен к будущему успеху, кто сумеет найти новые способы достижения цели, опираясь при этом на свой прежний опыт.

Rubinia gioielli

Utopia

Ольга Рогозина

«Петербургский Ювелир»: интрига есть всегда

Кажется, не так давно все было в первый раз, а между тем «Петербургскому Ювелиру» исполняется пятнадцать лет. Вновь в декабре в Центральном выставочном зале «Манеж» выставочное объединение «Мир камня» устраивает большой ювелирный праздник.

Гран-при конкурса «Ювелирный Олимп»

НАЗАД В ПРОШЛОЕ

Вспоминается первая выставка. Волнение организаторов и участников, восторг зрителей — все это есть и сегодня... И все таки сейчас все иначе, потому что между первым и пятнадцатым «Петербургским Ювелиром» пролегла целая жизнь. В 1996-м нам всем широко открыли дверь в ювелирный мир, где главная фигура — художник, а злато, серебро и камни — краски в его ювелирной палитре. Для многих зрителей, которые долгие годы воспитывались на бесконечных витринах ювелирного ширпотреба, увиденные впервые авторские работы стали откровением. Для авторов — средством заявить о себе. Между нами, зрителями и авторами, образовалась связь, которая пятнадцать лет заставляет вновь и вновь приходить на выставки, чтобы открыть для себя что-то новое.

За эти пятнадцать лет робкие пробы жанра у многих авторов трансформировались в уверенный творческий почерк. О многих известных теперь художниках — и ювелирах, и камнерезах можно сказать: они вышли из «Петербургского Ювелира». В этой славной когорте не только петербуржцы, но и художники из Екатеринбурга и Москвы, Костромы и Ярославля, Риги и Иркутска, Финляндии и Украины, Австралии и Америки.

С 2000 года организаторы начали выпускать альбом «Ювелирный Олимп» с работами победителей конкурса, а в 2002 году учредили Гран-при конкурса.

В этом году «Мир камня» выпускает уже седьмой альбом с работами победителей «Ювелирного Олимпа» — своеобразную летопись современного российского авторского ювелирного и камнерезного искусства.

За восемь лет Гран-при «Ювелирного Олимпа» присуждался шесть раз. Только однажды победителем конкурса стал ювелир — в 2002 году Михаил Бресткин с коллекцией ювелирных украшений «Набережные Петербурга». Остальные пять крылатых львов, сделанных в мастерской Андрея Арсеньева, были вручены за скульптурные работы Алек-

«Рыба», автор Антон Ананьев

«Роза черная», автор Владимир Путрин

«Похищение Европы», автор Сергей Фалькин

сандру Терзиеву, Александру Левенталю и Ольге Попцовой, Владимиру Путрину, Сергею Фалькину и Антону Ананьеву.

В прошлом году под эгидой выставочного объединения «Мир камня» был создан Творческий Союз Камнерезов. Несмотря на кризис, в течение этого года камнерезное сообщество провело несколько выставок и сейчас готовится к следующей. Весной будущего года работы питерских мастеров будут экспонироваться в Идар-Оберштайне — европейском центре резьбы по твердому камню, который существует в Германии со Средних веков.

ОТ РЕТРО К РОМАНТИЗМУ

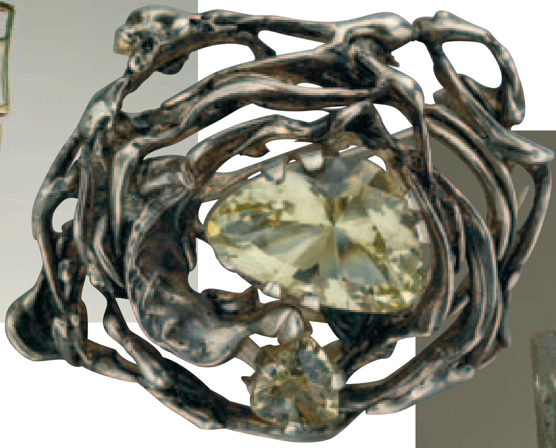
За пару недель до события заявки на участие подали более 350 авторов и художественных мастерских. Директор конкурса «Ювелирный Олимп» Наталья Биезиньш уверена: будут не просто интересные работы, но и шедевры. А вот кому будет вручен Гран-при «Ювелирного Олимпа», не знает никто до самого последнего момента — в этом и заключается интрига конкурса.

Большинство участников уже знакомы зрителям, но есть и новые имена. Например, впервые на «Петербургском Ювелире» с выставкой эмалей «Барокко Северной столицы» выступит Владимир Зеленев. Традиционно много молодых авторов. Впервые большую экспозицию подготовили студенты нескольких кафедр Института технологии и дизайна. Как всегда, интересной обещает быть экспозиция дизайн-центра «Форма». Творческая группа из Ярославля во главе со Светланой Субботиной привезет часть работ, которые экспонировались на выставке «Перекресток». Она прошла в августе этого года в Ярославле и была посвящена теме колеса как начала всего прогрессивного, что происходит в нашей жизни. В выставке приняли участие молодые художники, для которых ювелирное искусство в первую очередь — поле для размышлений и экспериментов.

«Петербургский Ювелир» представит сразу несколько персональных выставок. Эта форма экспозиции удобна для тех авторов, которые уже достигли высот в творчестве и считают невозможным для себя соревноваться с молодыми, предпочитая уступить им дорогу.

Колье «Дом в котором мы живем», автор Юлия Колесникова

Брошь «Образ розы», автор Надежда Кузнецова



Кольцо «Квадратная луна», автор Борис Колесников

Ирина Попова на выставке «Петербургский ювелир» 2009 год

«Раненый зверь», автор Иван Голубев

Один из таких художников, Борис Колесников, участвует в «Петербургском Ювелире» с 1997 года. Выпускник КУХОМа, он живет в Ярославле и работает в собственной стилистике, которую можно назвать современным ювелирным романтизмом. Его безупречно выполненные украшения всегда создают особое настроение — лирическое, задумчивое или веселое, в зависимости от того, какой образ художник вложил в свое украшение. На этот раз Борис Колесников и его супруга Юля предложат коллекцию украшений «Природа явлений» в своем стиле с использованием бриллиантов, сапфиров, изумрудов, рубинов. Как рассказал художник, отправной точкой при создании каждой работы стали либо явление природы, либо красота и необычность природного камня.

Не перестают удивлять зрителей москвичи Ирина Попович и Андрей Вдовин. Они не первый год колесят по миру в поисках этнографических украшений и уже показывали свои находки петербуржцам. Старинные украшения, уверены коллекционеры, лучший способ показать душу народа. В центре внимания в Манеже окажутся «123 колье из разных стран мира». Так называется коллекция, которая будет представлена в Манеже.

Свой взгляд на мир минералов продемонстрирует компания «Питерский джем», которая в этом году также отмечает 15-летие. Ее основатели геологи и геммологи Галина и Александр Буйко все эти годы представляли зрителям лучшие и редкие образцы ювелирных камней. И всегда находили для этого необычные формы, сочетая с блестящими камнями то пляжную гальку, то засушенные фрукты. Последние годы активное участие в огранке камней и создании ювелирного дизайна принимает молодое поколение фирмы — Алиса и Александр-младший Буйко. На этой выставке «Питерский джем» покажет коллекцию минералов в так называемых триадах. Это три ипостаси жизни одного минерального вида: природный образец, огранка и ювелирное украшение с ним. Что касается украшений, то практически все они знакомы зрителям, поскольку выставлялись ранее на «Петербургском Ювелире». Это подвесы на каучуковых шнурах, серьги «Амфора» и другие украшения, дизайн которых придуман Галиной Буйко. Огранку выполняет Константин Буйко, мастер старой петербургской школы, умеющий блестяще раскрыть саму сущность драгоценного камня. А вот как будут выглядеть минералогические образцы для триад — это сюрприз.

Экспозиция, посвященная юбилею педагогической деятельности Надежды Кузнецовой, — это своеобразный взгляд в прошлое и сегодняшний день ювелирно-камнерезной школы Урала. В ней собраны работы педагога и ее учеников, студентов кафедры декоративно-прикладного искусства Уральской государственной архитектурно-художественной академии, которые делались на протяжении длительного времени. Большинство учеников Надежды Кузнецовой стали известными и востребованными мастерами. Другие только начинают свой путь в искусстве, но уже запомнились зрителям. Как, например, Иван Голубев, чья экспрессивная скульптура «Раненый зверь» поразила и зрителей, и жюри на выставке «Петербургский Ювелир 2008».

Вновь выступит с персональной выставкой Сергей Фалькин. Обладатель Гран-при «Ювелирного Олимпа», участник многих западных выставок, он не забывает о «Петербургском Ювелире».

— Именно здесь, — говорит художник, — я вижу живую зрительскую реакцию на свои работы, которая дает мне возможность оценить их по-новому.

Сергей Фалькин придумал новую форму для выставки — отчет за год, который получился весьма убедительным: скульптура из бронзы, камня, 55 графических листов. Фалькин продолжает творить в выбранной им стилистике. Основа его работ — экспрессия и скульптурность, он сознательно избегает акцентов на фотографически точном воспроизведении деталей, считая, что настоящее искусство — это мир, пропущенный через себя. Его работы часто вызывают споры, но никогда не оставляют равнодушным. Впрочем, равнодушные люди на «Петербургском Ювелире» вообще редкость.

Дипломанты конкурса «Ювелирный Олимп» 2009 год

Ювелирное искусство как ВЫСШАЯ ФОРМА ювелирного дела

В прошлом номере нашего журнала художником-ювелиром Марком Балдиным была поднята тема взаимодействия авторского и производственного дизайна ювелирных изделий. Поделиться своим мнением на эту тему мы попросили Галину Николаевну Ковалеву, президента фонда «Форма», члена Союза художников России.

Р. Ю.: Галина Николаевна, что представляет собою ювелирный дизайн сегодня, на что опираются мастера при создании модных изделий?

Г. Н.: Говоря о дизайне, я не хотела бы разделять fashion-индустрию и ювелирную моду. Тенденции развития модной индустрии, безусловно, оказывают влияние на развитие ювелирной отрасли. В последние годы большой объем покупок ювелирных изделий приходится на дизайн, основанный на подражании, использовании готовых разработок ведущих брендов, так как это приносит колоссальную прибыль. Копирование происходит настолько быстро и в таких масштабах, что законодательные и контролирующие органы не успевают срабатывать. При этом нельзя сказать, что об искусстве все забыли, — нет, дизайнерская мысль находится в постоянном поиске. Перед художниками ставятся новые и более сложные задачи — создаются такие изделия, которые не может исполнить дилетант, а следовательно, копировать и тиражировать их становится далеко не всем под силу. Если раньше проектировались простые формы и для повторения нужно было просто хорошо чувствовать масштаб и пропорции (этому учат в институтах, и каждый выпускник должен знать, как это сделать), то сейчас дизайнерский мир идет по пути соединения разных стилей: замысловатые элементы являются составной частью сложных фактурных решений. Для создания подобных произведений мало только знаний, необходимо творческое чутье и безупречный вкус.

Наши возможности в данной ситуации невелики, и есть необходимость развития собственной дизайнерской базы, дальнейшее развитие базы промышленной. Только ли мы испытываем подобные трудности? Нет, конечно. В той же Европе существует много различных учебных заведений, но даже в Италии, законодательнице мод, нет ни одного высшего учебного заведения, готовящего ювелира-дизайнера. Во многих странах Европы изменилась методика обучения, идет воплощение собственных идей, что приводит к использованию внутренних личностных ресурсов без классической художественной базы.

Галина Николаевна Ковалева, президент фонда «Форма»

Р. Ю.: Галина Николаевна, но дизайнерская мысль не стоит на месте, в каком направлении идет развитие?

Г. Н.: У ювелиров — это трехмерные формы, новые фактуры при едином цветовом решении. Объединение по цвету различных форм и фактур дает художнику новые возможности использования материалов и интересных идей. Монохромные цвета вошли в моду. Если несколько лет назад были популярны переходы от одного цвета к другому, то сейчас работа идет с оттенками, нюансами одного. Тема природы — неиссякаемый источник вдохновения, благодаря новым технологиям появилась не только возможность повторять природные формы, но и активно стилизовать их. Происходит переход от четкой геометрии к смягчению и сглаживанию линий. В рамках простых форм началась игра с плоскостями: искривление, соединение, приводящие к появлению «живых» форм. А перед ювелирами стоит еще одна глобальная задача — соединение синтетических материалов и драгоценных металлов. Это вызвано потребностью в более легких изделиях. Неслучайно появление на ювелирном рынке титана. Почему потребовалось делать легкими такие украшения, как броши, расскажем подробнее. Речь вновь пойдет

о том, что в мире моды все взаимосвязано. За последние десятилетия произошел настоящий прорыв в производстве тканей. Современные технологии обработки натурального сырья позволили производить тончайшие материалы, которые перестали выдерживать вес привычных всем украшений. В первую очередь это коснулось любимых многими женщинами брошей. Как результат — на них упал спрос, и этот вечный символ женственности и элегантности практически исчез из ювелирных коллекций 2008 года. Но желание носить броши не исчезло! Дизайнерам нужно было решить задачу — как сделать украшение легким, чтобы костюм ли, платье ли, к которому приколота брошь, не трансформировались под ее тяжестью. Примем во внимание еще и моду на масштабные украшения. Для этого нужно создать большой трехмерный объем, с большим «количеством воздуха» внутри изделия — сделать изделие легким. Так начался поиск трехмерных пористых структур. У нас в стране над этим вопросом задумываются в таких компаниях, как Ювелирный дом «Тулупов» и «Рифеста».

Р. Ю.: Галина Николаевна, когда же в России станет популярным и востребованным авторский дизайн?

Г. Н.: Главная проблема, на мой взгляд, это воспитание потребителя. Пока этот вопрос не будет решаться, директорам предприятий не нужно особо задумываться над дизайном изделий. До недавнего времени (до кризиса) продавалось все, что производилось. Пока только знакомство с модой, ее тенденциями расширяет кругозор покупателей, но если говорить обо всей массе российских покупателей, то для них это не работает. Очень большая часть покупателей, приобретая украшение, до сих пор считают, что это удачное вложение средств, что покупка изделия должна приносить прибыль — именно поэтому они заинтересованы в большем весе украшений. Нет понимания, что ценность имеют уникальные вещи, а остальное должно переделываться (и это сейчас возможно). Время быстротечно — проходит мода, и украшение теряет свою новизну и актуальность. Изделия массового спроса хороши только года два-три, а через пять лет будут носить уже другие украшения, ювелирная мода — это не константа. Меняемся мы сами, наши вкусы, нужно изменять и ювелирные украшения — ведь обновляем мы свой гардероб, правда? Предприятия же должны чувствовать логику образования моды, знать не только то, что модно сейчас, но и учиться определять логику возникновения тенденций. Дизайнер должен чувствовать время и состояние, в котором мир находится сейчас, и предугадывать, как он изменится в ближайшем будущем. Важно создавать произведение, находящееся в равновесии с музыкой, театром, архитектурой и кино данного времени. Знать поиски модельеров одежды — почему, например, появляются определенные силуэты и цвета в их коллекциях. Зачастую мы не можем объяснить, почему это происходит, это нужно уметь чувствовать. Отчего, например, мы так любили цветные фотографии, а потом все повально увлеклись черно-белыми? Ответы на эти вопросы лежат в плоскости не только искусства, но и психологии, они позволяют воспринимать новое сначала хотя бы с интересом, а потом уже и с пониманием.

Р. Ю.: Галина Николаевна, какое место в ювелирном мире занимает авторское искусство?

Г. Н.: Оно сейчас очень востребовано: эти вещи уникальны, и авторское искусство не подлежит копированию, потому что это сложно сделать технически, а передать дух изделия, сотворенного определенным художником, вложившим в него не только свои умения, но и свою душу, мировоззрение, практически невозможно.

Р. Ю.: Авторское искусство и производство. Есть ли точки соприкосновения?

Г. Н.: Сейчас потихоньку начинает складываться такое сотрудничество, и на выставках мы можем видеть первые тому примеры. Но пока еще нет прямой связи между ними — дизайнеры и производители пока не интересуются друг другом, в результате объединение происходит достаточно редко. Примером удачного сотрудничества, на мой взгляд, может служить предприятие «Каст», которое вначале создает украшения «от кутюр», а затем воплощает эти идеи в линии массовых изделий. Это правильная схема создания не отдельных предметов, а единой коллекции. У большинства же российских фирм нет собственного узнаваемого стиля.

Р. Ю.: А как же «Ринго», «Рифеста»?

Г. Н.: Да, конечно, у них много разных коллекций, но подобные предприятия единичны на российском ювелирном рынке. Должна отметить, что на «Ринго» работали хорошие дизайнеры, поэтому и коллекции выпускались очень интересные.

Р. Ю.: Как Вы считаете, коллекцию «от кутюр» и массовую должен создавать один и тот же художник-дизайнер, или это разные ипостаси? Может ли художник, создающий массовые коллекции, «выдать» эксклюзив?

Г. Н.: Этот вопрос каждое предприятие решает в зависимости от своих возможностей и уровня подготовки дизайнера. Начнем с головы, с директора предприятия. Многое зависит от того, насколько он готов воспринимать эксклюзивные вещи. Ситуация довольно сложная. Вернемся к компании «Ринго». Знаете ли вы, что Надежда Болеславовна Ялунина — руководитель, имеющий высшее художественное образование? Уверена в том, что именно поэтому компания выпускала фактически авторские коллекции. Это экономический риск, и предприятие по возможности шло на этот риск. У нее есть художественное чутье и понимание того, каким образом нужно представлять подобные коллекции для успешной их реализации. Многие же руководители не могут понять перспективность создания таких изделий, и это понятно: получение прибыли — главная цель работы многих и многих. При такой ситуации что можно сказать о развитии дизайна в России? Надо понимать, что выделять процент дохода на развитие предприятия — это значит и рисковать этим процентом. Без риска не будет движения, будет застой, в котором мы успешно и пребываем. Но не все так плохо, и у нас происходят изменения, но, к сожалению, речь идет не

о стилевом решении ювелирной фирмы, а об отдельных работах. Красивые, а зачастую и уникальные работы выполняет достаточно большое число ювелирных фирм, но они являются драгоценными вкраплениями в общую картину разработок предприятия. Если отталкиваться от того, что уровень мастерства большого числа фирм достаточно высокий, а уровень цены не заоблачный, то покупать отдельные изделия на российском рынке в настоящее время очень рентабельно. Уникальные же вещи должны найти своего покупателя, а для этого надо уметь ждать.

Р. Ю.: Будут ли меняться в ближайшее время покупатели?

Г. Н.: Сегодняшний ассортимент покупают мамы, их дети придут обязательно, а вот внуки придут вряд ли. И главный вопрос: а надо ли задумываться о том, где и что будут покупать внуки и нужно ли уже начать готовиться к новым потребностям покупателей?

Р. Ю.: Галина Николаевна, кого из своих выпускников Вы можете назвать как пример удачного сотрудничества с ювелирными предприятиями?

Г. Н.: Все знают Людмилу Сомову, Анну Теплинскую, Татьяну Поздняеву, Наташу Устинову, Евгению Забоеву и многих других. Молодые дизайнеры, сотрудничающие со Школой ювелирного искусства «Форма», выпускали свои разработки ювелирных изделий или являлись ведущими мастерами на предприятиях «Русские Самоцветы», «Алмаз-Холдинг», «Смоленские бриллианты», «Садко», «Юрий Федоров», «Помельников», «Альфа Карат», «Даймон», «Баск-Крин» и др. Многие, пожалуй, пойдут по пути создания собственного предприятия. Кто знает, возможно, именно они и станут следующим поколением директоров ювелирной России.

Р. Ю.: Это рождение нового типа руководителя ювелирного предприятия?

Г. Н.: Да, в этом и заключается наша задача. Я хочу изменить мировоззрение как художников, так и руководителей. Руководители должны понимать, насколько важен вопрос развития предприятия, ценить и уважать работу художника-дизайнера, и надеюсь, в скором времени это будет являться правилом для их плодотворного сотрудничества!

КОНКУРСЫ

Диалог объема и пространства

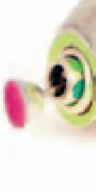
С 25 сентября по 2 октября 2010 года для специалистов и ценителей современных ювелирных украшений был открыт Международный форум авторского ювелирного искусства «Образ и Форма». Организатор Форума — Фонд поддержки образования и творчества петербургских художников-ювелиров «Форма», президент фонда «Форма» Галина Николаевна Ковалева.

В рамках Форума состоялся IX Международный конкурс молодых дизайнеров ювелирных украшений. Главные задачи конкурса — поддержка новых идей в разработках молодых авторов, создание оптимальных условий для их творческой самореализации. Участники конкурса представили идеи, которые отвечают трем ключевым требованиям конкурса: творческое осмысление выбранного образа, высокое мастерство исполнения, инновационный подход к используемым материалам.

Конкурсанты воплощали свои идеи в готовом изделии, макете или эскизном варианте в двух номинациях — «Фантазия» и «Производство» в двух возрастных категориях: от 15 до 23 лет, от 24 до 45 лет. Возможность представить работы, выполненные в макете или эскизе, графических программах, позволила не только ювелирам, но и художникам, работающим в других видах искусства, принимать участие в программе. На конкурс были заявлены работы ювелиров и дизайнеров из Санкт-Петербурга, Москвы, Всеволожска, Костромы, Нижнего Тагила, Тольятти, Урала, Якутии, Азербайджана.

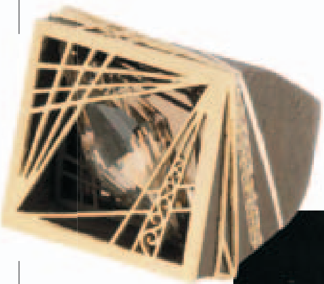
Отправной точкой для творческих поисков стала тема конкурса 2010 года «Диалог объема и пространства», дающая участникам неограниченные возможности игры с формой. Диалог с пространством рождается при любом разомкнутом решении формы. Современные произведения искусства сегодня часто используют наполненные воздухом трехмерные структуры. Конкурсанты могли отталкиваться в своих построениях от мира природы, архитектуры, моды, использовать сочетание различных материалов — металла, пластика, ткани, картона и т. д., создавая свои фантазийные пространства, играя в них с идеями, объемами и материалами. Спонсорами форума выступили следующие компании: «Завод «Каст», ООО «Парадокс», Ювелирная компания Алексея Помельникова, ОАО «Русские Самоцветы», Компания «Рифеста-Холдинг», ЗАО «Ювелирный дом «САДКО», ООО «Мастерские Юрия Федорова», ООО «Соколов», ООО «ЮМО», ЗАО «Баск-Крин», Ювелирно-производственная фирма «Арина», Компания «Питерский Джем», ИП «АЛЮШИН», Фирма «Гуриати», Ювелирная компания «Серебряная Саламандра», ЗАО «Аксель-Моторс В.О.», дирекция ювелирной выставки «JUNWEX».

Представляем вашему вниманию работы победителей конкурса.



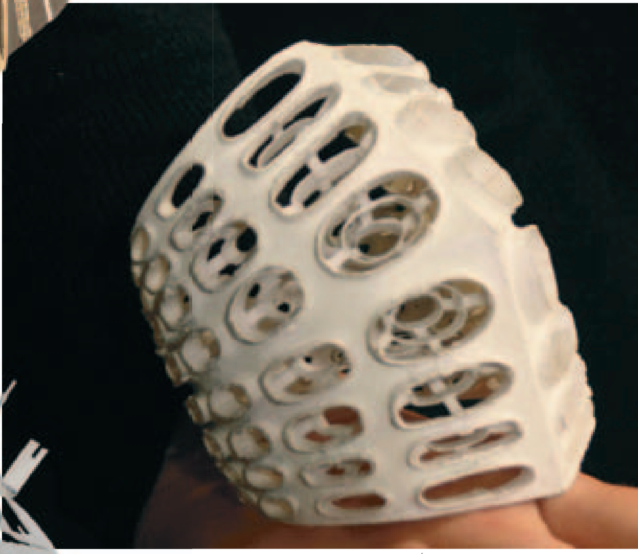
Победители конкурса и члены жюри

*Андрей Анисин, Санкт-Петербург.
Серьги «Поворотный момент».
1-е место в номинации «Фантазия»
(категория «Ювелирное изделие»)*

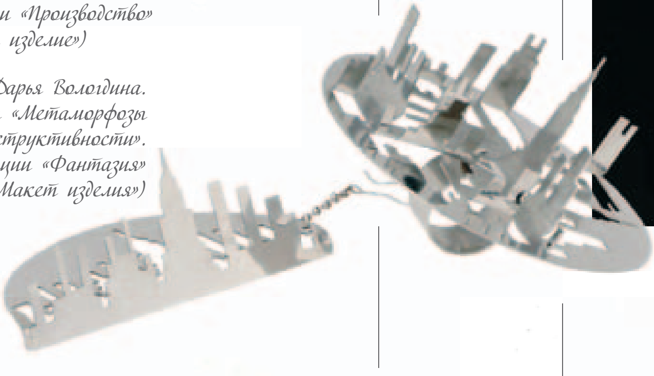


*Марк Балдин, Новосибирск.
Кольцо «Черный ящик».
Гран-при конкурса*

*Алиса Андриянец-Буйко,
Санкт-Петербург.
Зажим-подвес-браслет
«Выживание в мегаполисе».
1-е место в номинации «Производство»
(категория «Ювелирное изделие»)*



*Александр Кузмин. Браслет «НЛО».
1-е место в номинации «Производство»
(категория «Макет изделия»)*



*Дарья Вологдина.
Коллекция «Метаморфозы
конструктивности».
1-е место в номинации «Фантазия»
(категория «Макет изделия»)*

*Юлия Борзенко,
Санкт-Петербург.
Серия колец
«Остров радужных слонов».
1-е место в номинации
«Фантазия»
(категория «Ювелирные изделия»)*

*Илья Рожке, Санкт-Петербург.
Серьги «Эмоция № 5».
1-е место в номинации «Производство»
(категория «Ювелирное изделие»)*

Мария Мамкаева, Анатолий Давыденко, Юрий Былков, Андрей Агисин, Санкт-Петербург.
Коллекция украшений «Галерея находок».
2-е место в номинации «Фантазия» (категория «Ювелирное изделие»)

Елизавета Бормотова, Санкт-Петербург.
Коллекция «Муар».
2-е место в номинации «Фантазия» (категория «Макет изделия»)

Светлана Шагарова, Тольятти. Кольца-объекты «Марсианские цветы». 3-е место в номинации «Производство» (категория «Ювелирное изделие»)

Евгения Наумова, Москва.
Кольцо «Готика».
2-е место в номинации «Производство» (категория «Ювелирное изделие»)

Елена Гребенщикова, Тольятти.
Кольца из серии «Тайные коды кристалла льда».
3-е место в номинации «Фантазия» (категория «Ювелирные изделия»)

Ольга Облезина, пос. Прибрежный Самарской области.
Браслет «Заготовка на зиму».
2-е место в номинации «Фантазия» (категория «Ювелирные изделия»)

КРАСЦВЕТМЕТ

Открытое акционерное общество
«Красноярский завод цветных металлов
имени В. Н. Гулидова»
Российская Федерация, 660027
г. Красноярск, Транспортный проезд, дом 1
тел.: (391) 264-20-33, 259-32-63
факс (391) 262-94-80
e-mail: orc@knfmp.ru
www.krastsvetmet.ru

Филиал ОАО «Красцветмет» в Москве:
Российская Федерация, 115184
г. Москва, ул. Новокузнецкая, 7/11, оф. 301
тел./факс: (495) 785-66-61, 788-54-92
e-mail: rmf@ncport.ru

ДИЛЕРЫ:

Москва
ООО «ТД «Ювелирконтракт»
тел.: (499) 249-39-49, 249-32-78
ООО «ТД «Камея Со»
тел. (495) 744-03-07
ООО «Русская платиновая компания»
тел.: (495) 517-74-46, 783-52-20
ЗАО «Эльтон»
тел.: (495) 225-92-50, 225-92-56

Санкт-Петербург
ООО «Ювелиры Северной столицы»
тел.: (812) 346-67-25, 449-55-17, 449-57-07
www.uss-spb.ru

Новосибирск
ООО «Компания ИФК»
тел. (383) 351-53-34, 355-86-50, 355-80-95

Екатеринбург
ИП Ляной Александр Вадимович
тел. (343) 212-40-66

Хабаровск
ЧП Шевелев Евгений Климентьевич
тел.: (4212) 45-40-75, 76-44-06

Красноярск
ООО ТПК «Русское золото»
тел.: (391) 222-14-66, 222-14-68

Улан-Удэ
ЗАО ТПК «Сапфир-Ювелир»
тел.: (3012) 21-77-74, 21-88-18

Кострома
ООО «ТД «Золотая линия»
тел. (4942) 31-89-81

Ростов-на-Дону
ООО «Дондрагмет»
тел. (86354) 5-10-12

Волгоград
ИП Назарова Ольга Витальевна
тел. (8442) 489-522

Благовещенск
ИП Симоненко Ольга Филипповна
тел.: (4162) 44-08-90, 44-47-82, 52-89-48

Официальные представители:

Украина
ООО «Центрумикс Трейд»
тел.: (38044) 206-36-65, 206-36-66, 206-36-67

Эстония
ТОО «Центрумикс»
тел.: (3726) 459-100, 443-526

Республика Казахстан
ТОО «Ювелирная компания «Алтын Уй»
тел.: (727) 379-67-87, 258-22-80

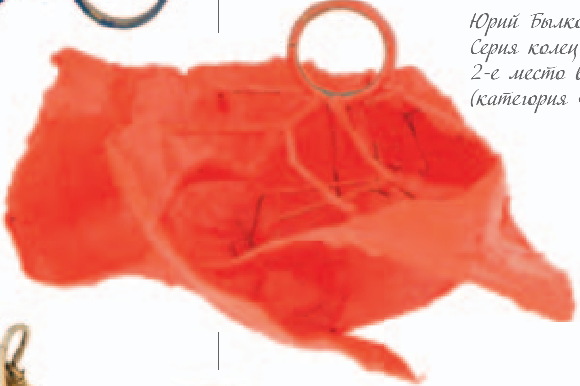
реклама

Гости конкурса

Елена Карина. Браслет Ice flowers.
2-е место в номинации «Фантазия» (категория «Макет изделия»)

Дмитрий Калмыков, Санкт-Петербург.
Украшение на нос BriDG.
2-е место в номинации «Производство» (категория «Ювелирное изделие»)

Игорь Розанов, Тольятти.
Пряжка из коллекции «Секретный объект № 276».
2-е место в номинации «Фантазия» (категория «Ювелирные изделия»)



Юрий Быков, Санкт-Петербург.
Серия колец «Парашюты».
2-е место в номинации «Фантазия» (категория «Ювелирное изделие»)

Юлия Сухарева, Тольятти.
Серьги «Мечта девочки».
3-е место в номинации «Фантазия» (категория «Ювелирные изделия»)

16 - 21 ноября 2010

КОСК “Россия”, Высоцкого, 14

УралЮвелир

10-я Российская ювелирная выставка

ОБЪЕДИНЕНИЕ УНИВЕРСАЛЬНЫЕ ВЫСТАВКИ

Конкурс произведений современного ювелирного искусства

Основные номинации конкурса:
“Новая форма”,
“Стилевая линия”

Приглашаем принять участие!

Тел./факс: (343) 355-00-49, 355-01-49
e-mail: uvelir@unexpo.ru, www.unexpo.ru

реклама

Взгляд в будущее

В этом номере нашего журнала уже есть материалы, посвященные вопросам авторского искусства: есть ли оно, где его можно увидеть, над чем сейчас работают ювелиры-дизайнеры?

В контексте развития отношений между авторским искусством и производством мы готовы продемонстрировать авторские работы уже сейчас на выставке SIERRAAD Art Fair, прошедшей в начале ноября в Амстердаме. Северная Европа всегда отличалась более авангардным взглядом на искусство вообще и на ювелирное в частности. Сегодня мы публикуем работы, с которыми можно познакомиться на арт-портале http://www.klimt02.net, и те, которые были показаны выставке SIERAAD.

Каждый год молодые и уже известные дизайнеры из более чем 30 стран приезжают в Амстердам, где организаторы выставки дают им возможность продемонстрировать свои работы. Главная идея ярмарки — стать связующим звеном между авторским искусством, художественными галереями и ювелирными компаниями. Дизайнеры знакомят посетителей со своими идеями, галеристы отбирают работы, а производители имеют возможность увидеть новейшие разработки в дизайне, почувствовать атмосферу и, возможно, предугадать будущие тенденции.

Давайте и мы постараемся понять, будут ли востребованы эти идеи в ближайшее время.

Antje Dienstbir, Германия. Набор ложек. Серебро

Jacomijn van der Donk, Нидерланды. Кольцо «Галька». Камень, серебро

Sally Collins, Великобритания. Кольцо подружки невесты. Серебро, хлопок

Nora Rochel, Германия. Кольцо «Шишка». Серебро

Ramjuly, Нидерланды. Серия колец «Корни». Золото, серебро

«RAMJULY— АРХИТЕКТОРЫ ДРАГОЦЕННОСТЕЙ». ТАКОЙ БРЕНД БЫЛ СОЗДАН В НИДЕРЛАНДАХ В 2008 ГОДУ АНТУАНЕТОЙ ПЕТРОВОЙ И ЭМАНУЭЛОЙ ДЕЯНОВОЙ. СВОЕЙ ЗАДАЧЕЙ ОНИ ВИДЯТ СОЗДАНИЕ ТОНКОЙ СВЯЗУЮЩЕЙ НИТИ МЕЖДУ КРАСОТОЙ И СОЗНАНИЕМ. В РЕАЛЬНОСТИ — ЭТО ВЫПОЛНЕННЫЕ ИЗ ДРАГОЦЕННЫХ МАТЕРИАЛОВ УКРАШЕНИЯ ПРИЧУДЛИВОЙ ФОРМЫ, ОРИЕНТИРОВАННЫЕ НА НЕСТАНДАРТНО МЫСЛЯЩЕГО ИНДИВИДА.

EVERT NIJLAND. ЮВЕЛИРНЫЙ ХУДОЖНИК ИЗ НИДЕРЛАНДОВ УЖЕ БОЛЕЕ 10 ЛЕТ СОЗДАЕТ СВОИ УКРАШЕНИЯ, СОЕДИНЯЯ РАЗЛИЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ — ТАКИЕ КАК ЧУГУН, ШЕЛК, СТЕКЛО, БАРХАТ. А КОЛЛЕКЦИЮ «РОКОКО» ДИЗАЙНЕР ВЫПОЛНИЛ ИЗ НЕОБЫЧНЫХ ФАРФОРОВЫХ ЦВЕТОВ.

NIRIT DEKEL. ДИЗАЙНЕР ИЗ ИЗРАИЛЯ ВЫПОЛНЯЕТ СВОИ РАБОТЫ ИЗ ЯРКИХ КРАСОЧНЫХ СТЕКЛЯННЫХ БУСИНОК. ОНИ ПОЛНЫ ЮМОРА И ОПТИМИЗМА. ПО СЛОВАМ ХУДОЖНИЦЫ, ОНА ОЧАРОВАНА СТЕКЛОМ, ЕГО ПОДВИЖНОСТЬЮ И ИЗЯЩЕСТВОМ. НЕСМОТРЯ НА ДОЛГУЮ ИСТОРИЮ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СТЕКЛА В ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЯХ, ОНО НЕ ПОТЕРЯЛО СВОЕЙ АКТУАЛЬНОСТИ И СЕЙЧАС, ОСТАВАЯСЬ МОДНЫМ И ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫМ ДЛЯ ЛЮБИТЕЛЬНИЦ УКРАШЕНИЙ.

Evert Nijland, Голландия. Колье «Рококо». Фарфор

Nirit Dekel, Израиль. Колье. Стекло

John Aristizabal, Великобритания. Браслет. Серебро

Stephanie Hensle, Susanne Wolbers, Германия. Подвеска

Christiane Köhne, Германия. Брошь «Искусственные цветы». Пластик, сталь, медь, серебро

CHRISTIANE KÖHNE. НЕМЕЦКИЙ ДИЗАЙНЕР, ОКОНЧИВШИЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИКЛАДНЫХ НАУК В ПФОРЦХАЙМЕ, РАБОТАЕТ С ИСКУССТВЕННЫМИ МАТЕРИАЛАМИ, ДРАГОЦЕННЫМИ И НЕДРАГОЦЕННЫМИ МЕТАЛЛАМИ. В ПОСЛЕДНЕЙ СВОЕЙ КОЛЛЕКЦИИ «ЦВЕТЫ», ОН ХОТЕЛ РАССКАЗАТЬ О БЫСТРОТЕЧНОСТИ ЖИЗНИ, О ТОМ, КАК БЫСТРО ОНА ПРОХОДИТ, А ПЛАСТИКОВЫЙ ЦВЕТОК — ЭТО ПАМЯТЬ ОБ УШЕДШЕМ.

Claudia Westhaus, Германия. Брошь, серебро

Judith Bloedjes, Нидерланды. Подвеска, фарфор

JUDITH BLOEDJES. ДИЗАЙНЕР ИЗ НИДЕРЛАНДОВ СОЗДАЕТ СВОИ УКРАШЕНИЯ ИЗ ФАРФОРА И СЕРЕБРА С ОРИГИНАЛЬНОЙ РОСПИСЬЮ. ВСЕ ИЗДЕЛИЯ ВЫПОЛНЕНЫ ВРУЧНУЮ И ПЕРЕДАЮТ ОСОБЫЙ КОЛОРИТ СТАРОЙ ГОЛЛАНДИИ.

Daniele Geargeoura, Великобритания. Брошь. Серебро

DANIELE GEARGEOURA. ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ И ТЩАТЕЛЬНОСТЬ ИСПОЛНЕНИЯ — ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ТВОРЧЕСТВА ДИЗАЙНЕРА ИЗ ВЕЛИКОБРИТАНИИ. СМЕЛЫЕ ТРЕХМЕРНЫЕ ФОРМЫ ИЗ ЗОЛОТА И СЕРЕБРА, ИМЕЮЩИЕ ОРИГИНАЛЬНЫЕ МАГНИТНЫЕ ЗАСТЕЖКИ, ВЫЗЫВАЮТ НЕИЗМЕННЫЙ ИНТЕРЕС И У СПЕЦИАЛИСТОВ, И У ПОКУПАТЕЛЕЙ.

Evert Nijland, Голландия. Колье. Стекло, серебро

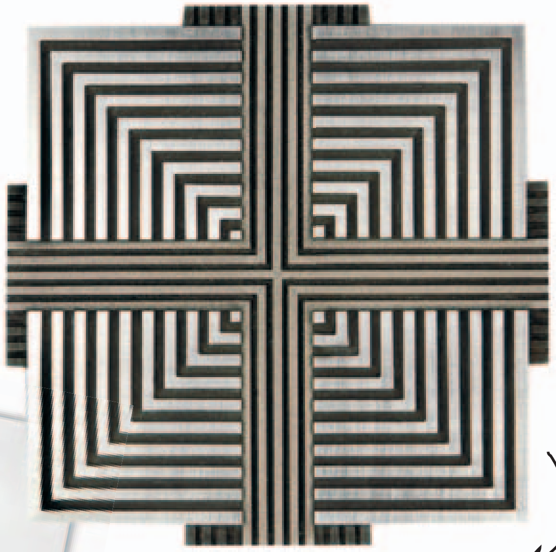
Huang Hsiu-Hsuan, Тайвань. «Нарисованное колье». Бирюза, ткань, масляные краски

HSIU-HSUAN HUANG. ДИЗАЙНЕР ИЗ ТАЙВАНЯ, ПОЛУЧИВШИЙ ОБРАЗОВАНИЕ В ИНСТИТУТЕ ПРИКЛАДНОГО ИСКУССТВА В АМСТЕРДАМЕ, БОЛЬШЕ ВСЕГО УВЛЕКАЕТСЯ ОБЪЕДИНЕНИЕМ ЖИВОПИСИ МАСЛЯНЫМИ КРАСКАМИ С РЕАЛЬНЫМИ ОБЪЕКТАМИ ИЗ БИРЮЗЫ И НЕФРИТА. ВОСТОЧНАЯ ФИЛОСОФИЯ И ЗАПАДНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ ДАЮТ ДОВОЛЬНО ИНТЕРЕСНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ. РАБОТЫ НЕОДНОКРАТНО ОТМЕЧАЛИСЬ ЖЮРИ НА РАЗЛИЧНЫХ КОНКУРСАХ СОВРЕМЕННОГО ЮВЕЛИРНОГО ИСКУССТВА.

Eelco Veenman, Нидерланды. Объект. Серебро

Hartog & Henneman, Нидерланды. Колье «Сорока-воровка». Серебро

HARTOG & HENNEMAN. ЭТО ОБЪЕДИНЕНИЕ ДВУХ ДИЗАЙНЕРОВ. JISKA HARTOG И MICHIEL HENNEMAN ОКОНЧИЛИ КОЛЛЕДЖ ИСКУССТВ В ЛОНДОНЕ. РАБОТАЯ С ПЛАСТМАССОЙ, РЕЗИНОЙ И СЕРЕБРОМ, ДИЗАЙНЕРЫ СОЗДАЮТ КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ УКРАШЕНИЯ, СТАРАЯСЬ НАЙТИ БАЛАНС МЕЖДУ АВТОРСКИМ ИСКУССТВОМ И ПРОМЫШЛЕННЫМ ПРОИЗВОДСТВОМ.



Cees Post, Нидерланды. Брошь. Серебро

TOVE RYGG. НОРВЕЖСКАЯ ХУДОЖНИЦА, РАБОТАВШАЯ В ИНДУСТРИИ МОДЫ И ЗНАЮЩАЯ О ВАЖНОСТИ ЮВЕЛИРНЫХ УКРАШЕНИЙ В КОСТЮМЕ ЖЕНЩИНЫ НЕ ПОНАСЛЫШКЕ, СОЗДАЕТ СВОИ КОЛЛЕКЦИИ УКРАШЕНИЙ, СОХРАНЯЯ ОРИГИНАЛЬНЫЙ И УЗНАВАЕМЫЙ СТИЛЬ.

Tove Rygg, Норвегия. Подвески «Сердца». Золото, серебро

К. Шарафадина, Ю. Агалюлина
Санкт-Петербургский государственный университет технологии и дизайна

Орфей на подоконнике,

ИЛИ НАД КАКИМ ЖЕ ЦВЕТКОМ ЗАДУМАЛАСЬ ПУШКИНСКАЯ ПСИХЕЯ?

George Hillyard Swinstead

Художники-ювелиры вновь и вновь обращаются к неисчерпаемой теме флоры, которая не только содержит огромный эстетический потенциал, но и является ярким примером символизма. Прежде чем цветы стали восприниматься в качестве носителя культуры, в первую очередь культуры общения, они должны были пройти длинный, измеряемый тысячелетиями путь развития в бытовой практике, фольклоре, литературе, а также в ювелирном искусстве. Пройдем и мы по историческим «маршрутам» цветочно-растительного мира в его иносказательных воплощениях.

«Виньетку бы не худо; даже можно, даже нужно — даже ради Христа, сделайте; именно: Психея, которая задумалась над цветком»[1].

Знаменитую героиню, ставшую в античной культуре мифопоэтическим олицетворением души, А. С. Пушкин мечтал увидеть персонажем виньетки с цветочным сюжетом на титульном листе своей первой поэтической книги. Эту просьбу (пусть в шутливой, но достаточно настойчивой форме) и собственный проект виньетки он изложил в письме из Михайловского от 15 марта 1825 года к Л. С. Пушкину и П. А. Плетневу, цитатой из которого мы начали статью.

В античном искусстве (этрусские скарабеи, терракота, рельефы, геммы) Психея-душа чаще всего изображалась в виде бабочки, летящей птицы или крылатой девочки. Самым близким к пушкинскому проекту оказывается изомотив собирания цветов многочисленными эротами и психеями, во множестве вариантов повторяющийся на фресках дома Веттиев в Помпеях.

Резонен вопрос: были ли основания у Пушкина «вручить» Психее цветок?

Как мы помним, греческая и римская мифологии добавили во флористический фонд культуры (в частности, к египетскому лотосу и акации) знаменитые «цветы»-мифологемы: гиацинт, выросший из крови любимца Аполлона, как и адонис — из крови возлюбленного Афродиты, а из ее слез, пролитых за него богиней, анемоны; превратившийся в одноименный цветок самовлюбленный Нарцисс, как и влюбленная в Гелиоса нимфа Клития — в гелиотроп (греч. «поворачивающийся за солнцем»); смертоносный аконит, возросший из ядовитой слюны охраняющего вход в Аид пса Цербера (две-

надцатый подвиг Геракла); «львиный зев», созданный Деметрой и подаренный Гераклу в память о его первом подвиге.

Цветочно-растительные атрибуты — визитная карточка многих богинь и богов греко-римского пантеона: мирт, роза и фиалка — Афродиты, боярышник — Гименея, плющ и виноградная лоза — Диониса, мак — Гипноса и Деметры, можжевельник — Гермеса, олива — Афины, Геры и Зевса.

Некоторые особо почитаемые цветы наделялись метафорическими характеристиками, в том числе отсылающими к богам и героям-покровителям: так, символизирующую счастливый брак вербену называли «жилкой Венеры», лилию — «молоком Геры», «растением двенадцати богов» — додекатеон, или примулу, «цветком Зевса» — гвоздику (греч. диантус, т. е. «божественный цветок»), «цветком Прометея» — горный эдельвейс, «цветком Плутона» — асфодель (ср.: Теофраст приводит выразительное и ассоциативно близкое имя этого растения, которым обсаживали могилы, а клубни клали в гроб умершего как «пищу мертвых», — «тоска»[2]).

Многие персонажи мифологии оставили в цветочном мире своих тезок: Мята и Пион, Ирис и Кассандра, Протея, Нимфея (лат. название кувшинки) и Артемизия (лат. имя полыни).

Восходящая к античности традиция цветочной эмблематизации была подхвачена и развита последующими культурными эпохами, совместными усилиями создавшими богатейший фонд эмблем и аллегорий, в том числе и растительных. Стоит обратиться к широко известной в пушкинское время так называемой «Иконологии, объясненной лицами», рекомендуемой в подзаголовке как «сочинение, полезное для Рисовщиков, Живописцев, Граверов, Скульпторов, Стихотворцев, ученых людей, а особливо для воспитания юношества». Гравированное Г. Штиобером в Париже московское издание «Иконологии» 1803 года предлагало широкий выбор растений-эмблем, входящих в состав пластических аллегорий. Так, венец из лилей и дятлины рекомендовался как флористический атрибут Надежды, дополняющий зеленый цвет одежд и якорь. Цветы граната «в означение союза» должны увенчивать фигуру Согласия. Венец из мирта и цветов граната («суть знаменования любви и согласия») — атрибут Дружества (ср. вариант этой эмблемы — сухой вяз, поддерживающий виноградную лозу — «как в счастии, так и в несчастии прямые друзья непременно бывают»). Лилея — иконологический атрибут Красоты (ее «иероглиф по причине своей твердости и белизны») дополнена «кружинным венком» (деревцо сие ломкое и слабое) и циркулем — символом соразмерности. Лилея сопровождает и Непорочность («изъясняет, вместе с голубицей, чистосердечие — главнейший предмет ее добродетели»), лилейная ветвь — Стыдливость («лицо покрывает завесом»). Кипарисная ветвь как «древо, посвященное от древних Плутону, коим гробницы они украшали» — принадлежность Отчаяния, дополняющая такой выразительный атрибут, как вонзенный в грудь кинжал. На олицетворении Буйства венок из нарциссов, так как их запах «отягощает разум». Целомудрие попирает ногою Купидона и украшено «ко́ричневым венком» — «это душистое растение на каменистых горах и между терновника растущее было у Египтян иероглифом целомудрия». Любовное удовольствие эмблематизирует розовый куст с сердцем в его глубине, которое юноша увен-

Анна Терещенкова

Юлия Агалюлина, РосЮвелирПром

Xenia Paris

Виктория Козырь

Анна Терещенкова

AMOVA jewelry

Олег Тихомиров

Ольга Боброва

чивает гирляндой. Распустившаяся роза (ее подносит женщина в легком белом покрывале) позволяет увидеть в ней Приветливость. Амарант в виде венка и ветви в руке юноши как «всегда сохраняющий свою красоту» предписан Благопристойности. Гиацинтовый венец как цветок, посвященный Аполлону, увенчивает аллегорию Знатности.

Вернемся к Античности и напомним, что рождением ботаники как самостоятельной науки мы обязаны этой эпохе. Первоначально изучение растений сводилось к их медицинскому использованию: сбор и заготовка лекарственных средств в Древней Греции были распространены настолько, что существовала особая профессия — ризотомы, или корнерезы/корнекопатели. Научный интерес к растительному миру возник в классический период Античности, и непосредственное отношение к рождению ботаники имел... Александр Македонский. Именно он предоставил в распоряжение своего учителя философа Аристотеля (384—322 гг. до н. э.) многочисленные образцы растений, привезенные им из восточных походов. Но ботанические труды Аристотеля не сохранились, поэтому титул «отца ботаники» получил его друг и ученик Теофраст из Эфеса (372—288 гг. до н. э.), автор «Истории растений» и «Свойств растений». Ему было известно более 500 видов растений, а для наглядной демонстрации результатов своих изысканий Теофраст создал свой собственный ботанический сад. Римская ботаника носила в основном прагматический характер и ориентировалась на сельское хозяйство, недаром Плиний Старший (23/24—79 гг. н. э.) в своем ботаническом труде отвел центральное место «полезным» деревьям и лекарствам растительного происхождения. Его «сад» включал уже более 1000 растений. Римский врач Диоскурид (2-я пол. I в. н. э.) в трактате «Materia medica» описал и проиллюстрировал около 600 только лекарственных растений.

А что из этого впечатляющего многообразия растений греки и римляне могли выбрать для своих садов и цветников? На этот вопрос помогли ответить помпейские фрески и римские мозаики.

Ботаники насчитали около полусотни разнообразных цветов и деревьев, изображенных на фресках и мозаиках в виде букетов и садово-парковых пейзажей. Полагая, что здесь отражены излюбленные растения, исследователи атрибутировали те из них, изображение которых было наиболее натуралистичным.

Вот как выглядит античный рейтинг деревьев и кустарников: платан и лавр, мирт и гранат, кипарис и итальянская сосна, тамариск и арабская акация, земляничное дерево, самшит; из плодовых: персик, айва, миндаль, груша, яблоня, маслина, каштан, грецкий орешник, смоковница, черная шелковица и виноград. Цветочный перечень оказался скромнее: это розы (10 сортов), мальва, мак, нарциссы, шпажник, акант, маттиола, желтофиоль, олеандр, розмарин, алоэ, «касатики» (ирисы), «осенняя астра», «два сложноцветных с желтой и белой корзинкой»[3]. Автор атрибуции, немецкий ботаник Кернер фон Марилаун, констатировал: «поражает бедность цветами» в античных садах.

Мы же предлагаем еще один источник, который поможет дополнить наше представление о растительно-

Ольга Боброва

цветочных предпочтениях античного мира: это сборники эпиграмм, или антологии, что в переводе с греч. означает «собрание цветов» (ср. с лат. синонимом антологии — флорилегий).

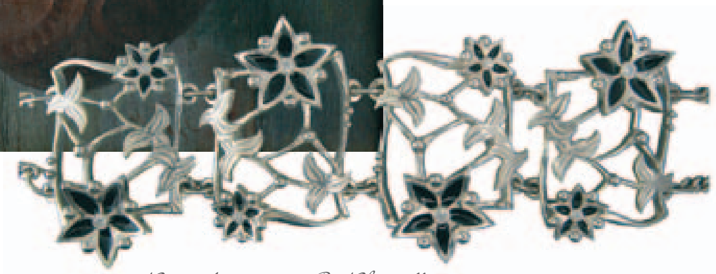
Дело в том, что во вступлении к антологии составитель должен был, оправдывая «цветочное» название, для каждого избранного им автора найти растение-эмблему и «сплести» из них «гирлянду». О подоплеке такого «действа» высказывались разные предположения: чаще всего ссылаются на традиционное для Античности уподобление стихов цветам. Оригинальна версия, согласно которой могла существовать традиция тайной творческой инициации, во время нее поэты посвящали друг друга в этот статус, используя цветочные гирлянды как символический атрибут. Возможно, поэт Мелеагр из Гадары, составитель одной из самых известных антологий-«Венков» (около 70 г. до н. э.), отсылает к такому ритуалу, когда пишет в финале вступления, что только «посвященным в таинства сладостных муз дорог словесный венок».

Вот как Мелеагр «распределил» цветы в своей антологии «Венок»: розы достались Сапфо, виноградную лозу получил автор дифирамбов Дионис Симонид, чертополохом одарен язвительно-колючий Архилох, некая волшебная «золотая ветвь», в каждом листке которой «благозакония свет», оставлена «Платону-пророку», а первородная вайя пальмы, которая «ствол к небу стремит от земли», ждет Арата, «пытателя небес».

Отметим, что Мелеагр выбирал цветы, что называется, со знанием дела[4]: несколько раз он обосновывает свой выбор, ища соответствие между природными свойствами растений и поэтической индивидуальностью того или иного автора. Так, Каллимаху доверено вплести в поэтический венок мирт: в его словах, как и в этом растении, «таится сладостно-горестный мед», «теребинтами дышит» слово Фаэнна, «многоречив гиацинт величавых Алкеевых песен», «у Эринны в стихах девственно-нежен шафран». «Мелкую россыпь цветов сельдерея, дарящего силой, по непорочным лугам» растит лирник Парфений, «цветок на ветру» (анемон) возрастил Сикемид, Перс

Stefanie von Scheven

Stefanie von Scheven



Юлия Агалюлина, РосЮвелирПром

Stella Jung

Анна Терещенкова

щедрой рукой собрал «душистый камыш», а Сапфо взращивает редкие розы-стихи: «мало цветов от Сапфо, мало, но розы меж них». О фруктах позаботились другие поэты: «сладкое яблоко» — вклад от Диотима, «груша» — Силомия, от Поликлета — «красно-коричневый боб». И наконец, для своей «презентации» Мелеагр выбрал «чуть раскрытый левкой»[5].

Все цветы, как и положено, сплетаются в гирлянду: к «нарциссам торжественных гимнов» Мелламенида «благоуханные ирисы приплетает Носсида», «лотос, цветок Херемона, встретится с флоксом Федима», «гибкий цветок-волоок с ними совьет Антагор».

Плетение венков и гирлянд было в Античности самостоятельным ремеслом, которым занимались многие, особенно женщины. Ср. у Сапфо: «Сядем вместе, бывало, вьем / Из фиалок и роз венки, / Вязи вяжем из пестрых первин лугов...» Или у Вергилия: «...Венки из цветков фиалки, смешанных с шафраном, и желтые гирлянды, сочетающиеся с малиновыми розами». Некоторые сохранившиеся фрески дают представление об античной технике цветоплетения.

Недаром и Теофраст посвятил целую главу растениям, из которых плели венки: этим атрибутом награждали победителей на празднествах, украшали статуи богов, приносили им в дар, вешали на дверях домов возлюбленных, возлагали на голову умерших.

Искусно сплетены растения и в одной из идиллий эллинистического поэта из Сиракуз Феокрита (2-я пол. III в. до н. э.): «Кубок большой подарю... по краю вверху извивается плющ темнолистый, / Вплелся бессмертник в него, на плюще же по нижнему краю, / Густо украшены стебли гроздями плодов золотистых... ...ветки аканфа»[6]. Описывая изображения на «кубке», поэт попутно «составил» краткий перечень популярных растительных мотивов античной орнаментики.

К обзору природных образов античного искусства мы и перейдем далее.

Произведений греческой живописи, станковой и монументальной, почти не сохранилось, и известна она нам по описаниям. Зато природными мотивами насыщено орнаментальное искусство греческой вазописи VIII—IV вв. до н. э. и сменивший ее рельефный декор серебряных и бронзовых сосудов и росписи керамики, им подражающей.

В древних орнаментах отражены первые откровения человека об окружающем природном мире, возникшем из хаоса инеуправляемых стихий через внесение в них божественной гармонии, хотя природа продолжает быть средоточием таинственных сил. Один из древнейших видов орнамента геометрический: в виде крестов и кругов, треугольников, свастик и розеток — своего рода изобразительная матрица, воплощающая стремление упорядочить природную витальную энергию иерархическим способом. Недаром существует ряд гипотез, «расшифровывающих» основные геометрические мотивы как генетически природные. Так, А. А. Бобринский предлагал считать змею прототипом меандра, а также зигзага, волны и спирали, а в «подноготной» свастики усматривал абрис летящей птицы.

Интернациональной моделью природной космогонии считается образ мирового Древа, или Древа жизни, не

AMOVA jewelry

AMOVA jewelry

обошедший и античную орнаментику, в которой он используется как сюжетообразующий мотив: дерево (в виде растения или стилизованного знака) симметрично обрамлено «стражами»-животными, символизирующими разные «этажи» Вселенной: звери, рыбы или фантастические хтонические существа — у основания ствола, а птицы — у ветвей.

Примечания

[1]Пушкин. Письма: В 3-х т. М., Л.: ГИЗ, 1926. Т. 1. 1815–1825. № 130. С. 122. Подчеркивание в приведенной цитате принадлежит Пушкину.

[2]Теофраст. Исследование о растениях. Рязань, 2005. С. 176. («Античная историческая библиотека»).

[3]Такую атрибуцию предложил А. Кернер фон-Марилаун. См.: Кернер фон-Марилаун А. Жизнь растений: в 2 т. Т. 2. История растений. СПб., 1903. С. 750, 764.

[4]Заметим, что у греков, еще не знавших систематического разграничения родов и видов, всякое колючее растение (дерево или трава) могло называться «акацией», «фиалкой» именовали все ароматные цветы, а «розой» — красные.

[5]«Венок» Мелеагра цит. по: Эпиграммы греческой Антологии / Комм. М. Гаспарова и Ю. Шульца. М., 1999. С. 31–32.

[6]Феокрит, Мосх, Бион. Идиллии и эпиграммы / Пер. и комм. М. Е. Грабарь-Пассек. М., 1958. С. 10.

Продолжение в следующем номере

«Идущие медведи», Василий Моисеев, Москва

Олеся Сибарева

«Душа Севера»

Брошь, Наталья Растатуева, г. Северодвинск Архангельской обл.

...Резные скульптурки! Забавные и искрометные, грустные и серьезные. Они будто частицы драгоценной мозаики, содержание которой — жизнь народов Крайнего Севера. Эпическое величие края, масштабность трудовых свершений, образы простых и добрых людей, тонкое движение души человека, аллегория, метафора, символика — все это оказалось подвластным волшебному резцу.

А. А. Валов

Обработка кости является одним из интересных и древних видов человеческой деятельности. Путь развития косторезного творчества начинается от очень простых утилитарных предметов до гармоничных произведений искусства. Основные технические приемы обработки кости сложились много веков тому назад. Традиционно коренные жители делали из кости различные орудия охоты и рыболовства, предметы домашнего обихода, священные амулеты и украшения.

Использование этого материала и в наши дни характерно для жителей Ямальского Севера. Кость используют при изготовлении деталей упряжи, ножен, украшений к мужскому поясу. Аркан (тынзян) тоже не обходится без специального составляющего его костяного элемента. Предметов, где кость просто незаменима, можно назвать еще очень много. Однако как самостоятельный вид декоративно-прикладного искусства художественная обработка кости в нашем округе возникла сравнительно недавно, лишь к XX столетию. И связано это прежде всего с тем, что в результате освоения природных ресурсов и активного заселения региона появился спрос на изделия художественных ремесел и сувенирную продукцию.

Сегодня уже никто не сомневается в существовании особой «ямальской школы резьбы по кости». Современные художники-косторезы, основываясь на традициях и навыках многих поколений, превращают это старинное ремесло в высокое искусство. Чтобы более широко и системно изучить его, выявить общие черты в образах, тематике, в 2002 году ГУК «Окружной Дом ремесел» собрал всех резчиков вместе. Так родилась идея организации межрегиональной выставки художественного косторезного искусства «Душа Севера». Теперь эта выставка стала частью имиджа данного учреждения культуры и, без сомнения, способствует сохранению и развитию косторезного искусства округа.

С 1 по 7 ноября 2010 года в Салехарде состоялась V Межрегиональная выставка художественного ко-

Гарнитур «Снежная королева»,
Ирина Праурзина,
с. Ломоносово Архангельской обл.

«Лежащий медведь», Василий Моисеев, Москва

«Ангел», Елена Штанг, с. Ломоносово Архангельской обл.

сторезного искусства «Душа Севера». Выставка собрала в единую экспозицию произведения косторезного искусства мастеров Тобольска, Москвы, Архангельской области, Республики Удмуртия, Красноярского края, Финляндии, Ямала (всего 7 регионов). Семьдесят восемь резчиков по кости представили 448 произведений косторезного искусства. Выставочная экспозиция представила все многообразие направлений художественной резьбы по кости, существующее в вышеназванных регионах.

Каждый мастер при изготовлении изделий старался показать красоту природного материала, подчеркнуть форму, цвет, текстуру, учитывая его свойства. Художник из Москвы Василий Моисеев удивил зрителей неожиданными образами из бивня мамонта, клыка моржа. В его произведениях виден индивидуальный подход к пластике. Например, в скульптуре «Лежащий медведь» грозный зверь изображен умилительно мягко. Композиция «Идущие друг за другом медведи» показывает владение

линейно объемным ритмом, принципом повтора и чередования компонентов.

Сцены «охоты на диких быков» ожили в рельефах Александра Сигунея (г. Дудинка). В его работах удивительно сочетаются традиции и новаторство. Скульптуры интересны динамикой, изысканным силуэтом.

Еще один пример, как может работать пластика и силуэт, — это композиция Елены Штанг (Архангельская область) «Ангелы». По словам искусствоведа Веры Субботиной, в этой композиции потрясающе сохранена мера условности, благодаря которой зритель видит, что это не просто люди, а ангелы.

«Ангел», Елена Штанг, с. Ломоносово Архангельской обл.

Были среди экспонатов и работы юных мастеров Аксарковской школы-интерната, Салехардской школы № 2 и работы юных косторезов из Тобольска. А это повод надеяться, что у косторезного искусства есть будущее.

Помимо выставки в программу мероприятия были включены семинар «Косторезное искусство народов России» и конкурс косторезного искусства.

Темы семинара V выставки затронули различные стороны косторезного искусства.

Выступление кандидата исторических наук Натальи Федоровой «Косторезное искусство Усть-Полуя (I в. до н. э. — I в. н. э.)» показало связь древнего косторезного искусства с современностью на основе последних находок артефактов древнего святилища.

Выступления участников выставки из других регионов России представили историю развития и современное состояние искусства художественной резьбы по кости на местах. Доклад тобольского мастера Евгения Буторина озвучил одну из проблем косторезного промысла, а именно, как работается мастеру-косторезу в современных рыночных условиях: «С исчезновением государственного заказа появились проблемы выживания на рынке, поиски самостоятельных заказов. Талантливые мастера, получив долгожданную свободу, не сумели ею воспользоваться, и некоторые даже вынуждены отказаться от любимой профессии в поисках дополнительных видов заработка. Кто-то смог организоваться в небольшие предприятия из двух-трех человек и самостоятельно хаотично выступать на рынке. Кто-то оказался в руках предприимчивых людей и пребывает в этом положении, выполняя заказ, не думая о том, соответствует он правилам культуры подачи косторезного материала или нет. Кто-то живет от заказа до заказа, плывет по течению».

Юрий Конюхов из Республики Удмуртия продемонстрировал находки из городища «Иднакар» IX—XIII вв., которые в настоящее время служат основой творчества современных косторезов Удмуртии. Многие столетия назад в Удмуртии резьба по кости была очень распространена в быту коренного народа, потом это ремесло было утрачено. Участие мастеров Удмуртии в выставке «Душа Севера» послужило в целом развитию их собственного косторезного искусства.

В рамках семинара-практикума были представлены также материалы о творчестве мастеров Архангельска, Таймыра, Тобольска, Финляндии. Особое внимание участников семинара привлек доклад Веры Александровны Субботиной, искусствоведа из Тюмени. Он касался истории и современного состояния тобольского косторезного промысла.

В период работы выставки впервые в форме показательных мастер-классов был организован конкурс косторезного искусства. Его участники в течение трех дней из выбранного ими материала выполняли художественные работы на тему «Знаки зодиака» в северной вариации. Конкурсные работы были выполнены с представлением региональных традиций промысла.

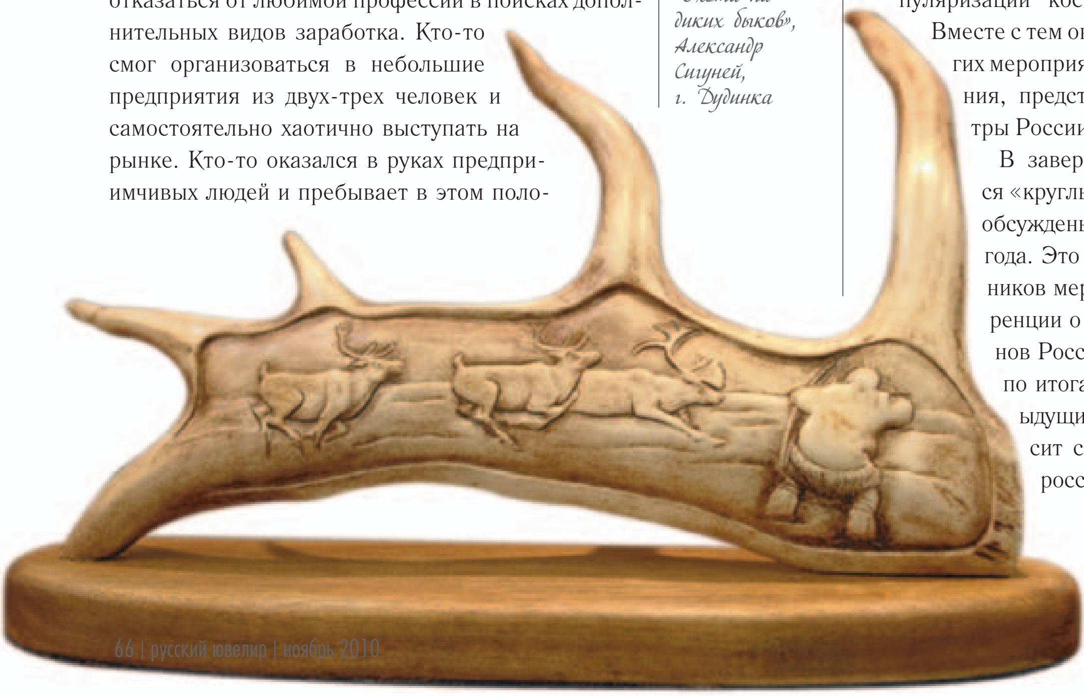
По итогам конкурса I место занял Илья Хабаров (с. Ломоносово, Архангельская обл.), II место — Алексей Зайкин (г. Новый Уренгой), III место — Сергей Ледков (г. Тарко-Сале, Пуровский район). Все остальные участники отмечены поощрительными призами.

Проведение выставки «Душа Севера» в целом способствует развитию ремесла художественной резьбы по кости на территории автономного округа. Уровень выставки 2010 года, как отметила искусствовед Вера Субботина, стал выше по сравнению с предыдущими.

Выставка «Душа Севера» служит развитию и популяризации косторезного искусства округа. Вместе с тем она становится одним из немногих мероприятий межрегионального значения, представляющих косторезные центры России.

В завершение мероприятия состоялся «круглый стол», в ходе которого были обсуждены перспективы выставки 2012 года. Это расширение географии участников мероприятия, проведение конференции о косторезном искусстве регионов России, создание единого каталога по итогам проведения выставок предыдущих лет, что значительно повысит статус выставки и введет ее в российский и научный оборот.

«Охота на диких быков», Александр Сигуней, г. Дудинка



С ДНЕМ РОЖДЕНИЯ!

ДЕКАБРЬ

8 декабря Зюрюкин Андрей Михайлович, генеральный директор ООО ТК «Баск-крин»

9 декабря Зорина Надежда Ивановна, специалист по маркетингу компании «Гомельское ПО Кристалл»

12 декабря Кабанов Василий Александрович, заместитель генерального директора компании «Грэйс-Д»

14 декабря Скурлов Валентин Васильевич, ученый секретарь и герольдмейстер Мемориального фонда Фаберже

16 декабря Улин Сергей Абрамович, вице-президент компании «АЛРОСА»

16 декабря Щедрин Евгений Владимирович, генеральный директор компании «Великоустюгский завод „Северная чернь"»

19 декабря Андрияш Александр Евгеньевич, генеральный директор компании «Анлина»

20 декабря Выходцев Михаил Юрьевич, директор МТД «ЮМО»

20 декабря Сергей Алексеевич Шаповалов, руководитель Ювелирной студии «АРТИ»

27 декабря Рахманина Светлана Сергеевна, Ювелирный холдинг «Рифеста»

30 декабря Богомолов Сергей Владимирович, коммерческий директор компании «Ювелирная торговля Северо-Запада»

16 декабря празднует день своего рождения компания «Ювелирный завод „Альфа"»

Choron
11 лет в России!
CHORON
DIAMOND
ПРИНОСИТ СЧАСТЬЕ
125252, Москва, проезд Березовой рощи, д. 6
тел.: +7 (495) 6171111, факс: 6471554
www.choron.ru